



北京蓝色光标品牌管理顾问
股份有限公司

(住所：北京市朝阳区酒仙桥北路9号（厂区）10幢二层A5-01)

2016 年公开发行公司债券

募集说明书

(面向合格投资者)

主承销商/债券受托管理人



华泰联合证券有限责任公司

HUATAI UNITED SECURITIES CO., LTD

(住所：深圳市福田区中心区中心广场香港中旅大厦第五层
(01A、02、03、04)、17A、18A、24A、25A、26A)

签署日期：2016年1月15日

声明

本募集说明书依据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《公司债券发行与交易管理办法》、《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第23号——公开发行公司债券募集说明书（2015年修订）》及其它现行法律、法规的规定，以及中国证监会对本次债券的核准，并结合发行人的实际情况编制。

发行人全体董事、监事及高级管理人员承诺，截至募集说明书及其摘要封面载明日期，本募集说明书及其摘要不存在虚假记载、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。

发行人负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人保证本募集说明书及其摘要中财务会计报告真实、完整。

主承销商已对募集说明书及其摘要进行了核查，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。主承销商承诺本募集说明书及其摘要因存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，与发行人承担连带赔偿责任，但是能够证明自己没有过错的除外；本募集说明书及其摘要存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且公司债券未能按时兑付本息的，主承销商承诺负责组织募集说明书约定的相应还本付息安排。

受托管理人承诺严格按照相关监管机构及自律组织的规定、募集说明书及受托管理协议等文件的约定，履行相关职责。发行人的相关信息披露文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使债券持有人遭受损失的，或者公司债券出现违约情形或违约风险的，受托管理人承诺及时通过召开债券持有人会议等方式征集债券持有人的意见，并以自己名义代表债券持有人主张权利，包括但不限于与发行人、增信机构、承销机构及其他责任主体进行谈判，提起民事诉讼或申请仲裁，参与重组或者破产的法律程序等，有效维护债券持有人合法权益。受托管理人承诺，在受托管理期间因其拒不履行、迟延履行或者其他未按照相关规定、约定及受托管理人声明履行职责的行为，给债券持有人造成损失的，将承担相应的法律责任。

凡欲认购本次债券的投资者，请认真阅读本募集说明书及有关的信息披露文件，进行独立投资判断并自行承担相关风险。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，均不表明其对发行人的经营风险、偿债风险、诉讼风险以及公司债券的投资风险或收益等作出判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

投资者认购或持有本次公司债券视作同意债券受托管理协议、债券持有人会议规则及债券募集说明书中其他有关发行人、债券持有人、债券受托管理人等主体权利义务的相关约定。债券受托管理协议、债券持有人会议规则及债券受托管理人报告将置备于债券受托管理人处，债券持有人有权随时查阅。根据《中华人民共和国证券法》的规定，本次债券依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

除发行人和主承销商外，发行人没有委托或授权任何其他人或实体提供未在本募集说明书中列明的信息和本募集说明书作任何说明。投资者若对本募集说明书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的证券经纪人、律师、专业会计师或其他专业顾问。投资者在评价和购买本次债券时，应审慎地考虑本募集说明书第二节所述的各项风险因素。

重大事项提示

请投资者关注以下重大事项，并仔细阅读本募集说明书中“风险因素”等有关章节。

一、北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）面向合格投资者公开发行不超过人民币4亿元公司债券（以下简称“本次债券”）已获得中国证券监督管理委员会证监许可【2015】3153号文核准。发行人本次债券拟一次性发行。本次债券简称“16蓝标债”，债券代码为“112320”。

二、本次债券发行面值为人民币4亿元，每张面值为人民币100元，发行数量为400万张，发行价格为人民币100元/张。

三、经中诚信证券评估有限公司评定，发行人主体长期信用等级为AA，本次债券信用等级为AA（信评委函字【2015】284号）。该信用等级表示发行人偿还债务的能力很强，受不利经济环境的影响较小，违约风险很低。本次债券存续期内，中诚信证评将在每年发行人年度审计报告完成后的两个月内进行一次定期跟踪评级，并在本次债券存续期内根据有关情况进行不定期跟踪评级。

截至2015年9月末，发行人未经审计的合并报表口径的总资产为170.70亿元，所有者权益为46.94亿元，资产负债率为72.50%；截至2014年末，发行人经审计的合并报表口径的总资产为113.70亿元，所有者权益为46.40亿元，资产负债率为59.19%；2012至2014年度，发行人归属于母公司所有者的净利润分别为2.36亿元、4.37亿元和7.12亿元，预计最近三个会计年度实现的平均可分配利润不少于本次债券1年利息的1.5倍。本次债券发行及挂牌上市安排请参见发行公告。

四、本次债券为无担保债券，在债券存续期内，若因发行人自身的相关风险或受市场环境变化等不可控因素影响，发行人不能从预期的还款来源获得足够资金，则可能影响本次债券本息的按期足额偿付。

五、根据《公司债券发行与交易管理办法》相关规定，本次债券仅面向合格投资者发行，公众投资者不得参与发行认购。本次债券上市后将被实施投资者适当性管理，仅限合格投资者参与交易，公众投资者认购或买入的交易行为无效。

六、本次债券发行结束后将申请在深圳证券交易所上市。由于上市事宜需要在发行结束后进行，公司无法保证本次债券能够按照预期上市交易，也无法保证本次债券能够在二级市场有活跃的交易。因此，投资者在购买本次债券后可能面临由于债券不能及时上市流通无法立即出售其债券，或者由于债券上市流通后交易不活跃而不能以预期价格或及时出售本次债券所带来的流动性风险。

本次债券不能在除深圳证券交易所以外的其他交易场所上市。

七、发行人主体信用等级为 AA，本次债券的信用等级为 AA，评级展望为稳定，本次债券符合进行质押式回购交易的基本条件，具体折算率等事宜按债券登记机构的相关规定执行。

八、本次债券发行采取网下面向《公司债券发行与交易管理办法》规定的持有中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司 A 股证券账户的合格投资者询价配售的方式。网下申购由发行人与主承销商根据簿记建档情况进行债券配售，具体发行安排将根据深圳证券交易所的相关规定进行。配售原则详见发行公告“三、网下发行”中“（六）配售”。

九、受国民经济总体运行状况、国家宏观经济、金融货币政策以及国际经济环境变化等因素的影响，市场利率存在波动的可能性。由于本次债券期限较长，可能跨越一个以上的利率波动周期，债券的投资价值在其存续期内可能随着市场利率的波动而发生变动，从而使本次债券投资者持有的债券价值具有一定的不确定性。

十、债券持有人会议根据《债券持有人会议规则》审议通过的决议，对于所有债券持有人（包括所有出席会议、未出席会议、反对决议或放弃投票权的债券持有人，以及在相关决议通过后受让取得本次债券的持有人）均有同等约束力。在本次债券存续期间，债券持有人会议在其职权范围内通过的任何有效决议的效力优先于包含债券受托管理人在内的其他任何主体就该有效决议内容做出的决议和主张。债券持有人认购、购买或以其他合法方式取得本次债券均视作同意并接受发行人为本次债券制定的《债券受托管理协议》、《债券持有人会议规则》等对本次债券各项权利义务的规定。

十一、资本性支出、股权投资规模不断扩大及投资风险的不确定性

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。报告期内，发行人资本性支出大幅上升、股权投资规模不断扩大。2012-2014 年及 2015 年前三季度，公司投资活动产生的现金流出分别为 42,458.66 万元、64,872.36 万元、201,486.89 万元及 230,089.33 万元，投资活动产生的现金流出持续大幅增加，投资风险存在不确定性。如果发行人不能将收购的标的公司进行有效整合，或者对其他的公司的股权投资判断失误，公司可能面临因收购、规模扩张所带来的流动性不足，从而对发行人的盈利能力及偿债能力产生不利影响。

十二、资产负债率上升风险

公司最近三年及一期末，合并报表的资产负债率分别为 43.41%、44.15%、59.19%和 72.50%，资产负债率水平有所提高，原因系因公司业务增长较快，对流动资金需求增加，同时公司外延式收购有时需平滑现金支付收购款导致负债增加较快。若本次公司债券发行完成，公司整体负债将继续上升，在优化公司债务结构的同时负债率也将提高。作为国内公共关系行业的领军企业，公司积累了丰富的媒体资源和优质客户资源，报告期内，随着公司核心竞争力和市场地位的进一步提高，公司收入水平和盈利能力不断增长，整体偿债能力进一步增强。公司目前业务保持稳定增长，现金流良好，有利于公司应对各类偿付需求，公司虽然资产负债率上升较快，但尚处合理水平。

十三、短期负债占比较高风险

随着业务范围和经营规模的不断扩大，公司最近三年及一期末负债总额快速上升，分别为 111,362.25 万元、305,297.47 万元、672,973.11 万元和 1,237,623.97 万元，其中流动负债占比分别为 78.31%、50.44%、66.66%和 63.82%。

最近三年及一期，公司流动比率分别为 1.88、1.89、1.09 和 0.96；速动比率分别为 1.88、1.89、1.08 和 0.96，速动比率与流动比率几乎相同是因公司 2014 年前没有存货，2014 年新设蓝色光标电子商务（上海）有限公司，该公司从事销售产品业务，导致期末存货增加，但存货占流动资产的比例非常小，仅为 0.14%。

公司所从事的公共关系和广告业务无需任何存货，符合行业特点。

公司的流动比率及速动比率较合理，短期偿债能力有保证，但整体看，公司短期负债占比较高，面临一定流动性压力，存在短期负债占比较高风险。

十四、商誉及无形资产减值风险

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 9 月 30 日，商誉余额 508,825.44 万元，占总资产比例达到 29.81%，无形资产中品牌余额 171,875.87 万元，占总资产比例达到 10.07%。虽然公司采取了充分的减值准备的计提政策，每年均对相应资产进行减值测试，且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，则可能产生品牌及商誉减值的风险，从而对公司当期损益造成不利影响。

十五、应收账款增加较快及回款风险

最近三年及一期末，公司应收账款余额分别为 85,006.18 万元、136,222.27 万元、222,355.20 万元和 339,011.14 万元，呈现不断上升的趋势，应收账款占公司资产总额比重分别为 30.14%、19.70%、19.56%和 19.86%。

最近三年，公司坏账准备分别为 709.24 万元、1,654.90 万元和 2,584.19 万元，公司对应收账款先按单项金额重大项目进行测试，再根据账龄分别按不同比例计提坏账准备。

公司应收账款总额上升一方面因为主营业务快速增长，应收账款金额随之增长；另一方面，公司广告业务的应收账款回收期平均在 6 个月左右，较原传统公共关系服务业务应收账款 2-3 个月的回收期长，年底广告业务的跨年度应收账款金额较大，导致年底应收账款余额较大。

公司主要客户为消费、科技领域的大中型企业，资信良好、实力雄厚，与公司保持多年稳定的合作关系，应收账款回收具有较强的保障。同时，公司在服务过程中注重应收账款的回收和风险控制，应收账款的监督及催款执行力度也在不断加大，尽量减少不必要的坏账损失。但如果公共关系及广告行业景气程度变化

或客户自身财务状况恶化，将可能导致公司应收账款难以收回发生坏账，从而给公司带来较大的经营风险。

十六、重大权益投资跌价风险

受公司资金管理需求，发行人持有一定规模交易性资产，最近三年及一期末，发行人以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产分别为 0、0、7,288.12 万元和 12,297.86 万元；同时，公司通过持有可供出售金融资产和长期股权投资以满足公司业务发展和扩张需求。最近三年及一期末，公司可供出售金融资产分别为 2,445.65 万元、5,900.41 万元、97,022.34 万元和 152,507.58 万元；长期股权投资分别为 8,038.53 万元、98,710.66 万元、155,263.23 万元和 39,631.80 万元。虽然公司制定了规范的投资制度，且公司的投资均已取得管理层和有权部门的审批，但因投资标的受到宏观经济、资本市场、以及投资方自身经营情况等因素的影响，如因前述影响因素发生不利变动，将可能会导致公司重大权益投资产生跌价，从而影响公司经营业绩。公司存在一定重大权益投资跌价的风险。

十七、流动比率及速动比率下降明显的风险

最近三年及一期末，公司流动比率分别为 1.88、1.89、1.09 和 0.96，速动比率为 1.88、1.89、1.08 和 0.96，公司流动性下降较为明显，主要系随着公司经营规模扩大，短期借款和应付账款余额增长幅度较大，导致流动负债整体增速超过流动资产增速。总体来看，公司的流动比率及速动比率较合理，短期偿债能力较强，但如果流动比率及速动比率持续下降，则可能会对发行人的流动性及短期偿债能力带来风险。

十八、集中偿付风险

截至 2015 年 9 月末，公司 1-3 年待偿还有息债务余额 9.95 亿元，主要为 2017 年待还本付息的定向债务融资工具 15 蓝色光标 PPN001 和 15 蓝色光标 PPN002，公司长期应付款余额 16.16 亿元，其中最晚于 2018 年支付的金额为 10.46 亿元，可见公司在 2017 年及 2018 年面临较大的偿还债务的压力，存在一定集中偿付的风险。本次债券为 5 年期固定利率品种，附第 3 年末发行人上调票面利率选择权及投资者回售选择权，如果本次债券存续期内，公司相关偿债安排未能满足债务

的到期支付，公司面临一定的违约风险。

十九、重大资产重组事项对本次债券发行的影响

发行人于 2015 年 8 月 5 日对外披露了重大资产重组停牌公告，并于 2015 年 11 月 2 日对外披露《发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书》，具体可参见本募集说明书“第六节 财务会计信息/七、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项/（三）其他重要事项”。上述该次重组不会影响本次公司债券的发行条件。

二十、发行人实际控制人变更的风险

截至 2015 年 9 月 30 日，公司实际控制人持有的股份中，共有 425,692,381 股处于质押状态，占其持有发行人股份总数的 79.65%，占公司现有总股本的 22.04%，上述质押已通过中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司办理了股权质押登记手续，质押借款用途主要为个人资金需求。公司上述股东个人信用目前保持良好状态，但未来如出现相关借款到期未付等突发情况，将可能导致质押的公司股票被借款人处置，从而导致发行人实际控制人结构出现一定的不稳定，亦存在发行人实际控制人变更的风险。

此外，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 9 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，公司存在控制人变更的风险。

二十一、发行人 2015 年业绩大幅下滑及核心子公司博杰广告大幅计提商誉减值的风险

2016 年 1 月 4 日，发行人就 2015 年业绩预告进行公告，2015 年全年，预计营业收入较 2014 年同期增长 42%-59%，预计归属于上市公司股东的净利润较 2014 年同期下降 93%-85%（具体财务数据以公司 2015 年度报告为准）。预计公司 2015 年非经常性损益对净利润的影响金额约为-30,000 万元至-25,000 万元，扣除非经常性损益后的净利润约为 30,000-40,000 万元，较 2014 年同期下

降 53%-38%。上述业绩预告为发行人初步测算结果，具体财务数据以公司 2015 年度报告为准，敬请广大投资者谨慎决策，注意投资风险。

发行人核心子公司博杰广告尚处收购后业绩承诺期，受传统电视广告行业收入整体下滑等因素影响，博杰广告 2015 年度实际经营业绩完成情况与收购时承诺业绩有较大差距。发行人将聘请专业中介机构进行减值测试，预计对收购博杰广告所形成的商誉及无形资产需计提减值准备，对公司净利润有较大影响。

目录

重大事项提示	III
第一节 发行概况	5
一、 本次发行的基本情况及发行条款	5
二、 本次发行的有关机构	8
三、 认购人承诺	11
四、 发行人与本次发行有关的中介机构、相关人员的股权关系和其他利害关系	12
第二节 风险因素	13
一、 与债券相关的风险	13
二、 与发行人相关的风险	15
第三节 发行人的资信情况	27
一、 本次债券的信用评级情况	27
二、 公司债券信用评级报告主要事项	27
三、 历次主体评级情况	29
四、 发行人的资信情况	30
第四节 增信机制、偿债计划及其他保障措施	34
一、 增信机制	34
二、 偿债计划	34
三、 具体偿债安排	34
四、 偿债保障措施	35
五、 违约责任及解决措施	37
第五节 发行人基本情况	38
一、 发行人基本情况	38
二、 发行人历史沿革情况	38
三、 报告期内发行人实际控制人变化情况及重大资产重组情况	45
四、 发行人股本结构及股东持股情况	48
五、 发行人的组织结构和重要权益投资情况	50
六、 发行人控股股东及实际控制人基本情况	60
七、 发行人董事、监事、高级管理人员的基本情况	61
八、 发行人主营业务情况	68
九、 公司治理情况	108
十、 关联方及关联交易	111
十一、 控股股东、实际控制人对发行人资金占用以及发行人对控股股东、实际控制人的担保情况	115

十二、 发行人内部管理制度的建立及运行情况	116
十三、 发行人的信息披露事务及投资者关系管理	123
第六节 财务会计信息	124
一、 会计报表的编制基础	125
二、 公司最近三年及一期报表编制方法和范围重大变化情况	125
三、 公司最近三年及一期会计数据	128
四、 发行人主要财务比率	138
五、 管理层讨论与分析	139
六、 发行人最近一年末有息债务分析	196
七、 资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项	199
八、 发行本次债券后发行人资产负债结构的变化	207
九、 发行人资产受限情况	208
第七节 募集资金运用	210
一、 本次债券募集资金金额	210
二、 本次债券募集资金运用计划	210
三、 本次债券募集资金对公司财务状况的影响	210
四、 本次债券募集资金专项账户管理安排	211
第八节 债券持有人会议	213
一、 债券持有人行使权利的形式	213
二、 债券持有人会议规则的主要内容	213
第九节 债券受托管理人	223
一、 《债券受托管理协议》的签署	223
二、 《债券受托管理协议》主要事项	224
第十节 发行人、中介机构及相关人员声明	238
第十一节 备查文件	249
一、 备查文件内容	249
二、 查询时间及地址	249

释义

在本募集说明书中，除非文意另有所指，下列词语具有如下含义：

发行人、蓝色光标、公司、发行人	指	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司，在本募集说明书中除特别说明外，均包括纳入合并报表范围的子公司
母公司	指	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司本级
本次债券	指	根据发行人2015年9月30日召开的董事会有关决议，本次拟向合格投资者公开发行的总额不超过4亿元的公司债券
本次发行	指	本次债券的公开发行
投资者	指	本次债券投资者，包括本次债券的初始购买人和二级市场的购买人
募集说明书	指	发行人根据有关法律、法规为发行本次债券而制作的《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司2016年面向合格投资者公开发行公司债券募集说明书》
募集说明书摘要	指	发行人根据有关法律、法规为发行本次债券而制作的《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司2016年面向合格投资者公开发行公司债券募集说明书摘要》
发行公告	指	发行人根据有关法律、法规为发行本次债券而制作的《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司2016年面向合格投资者公开发行公司债券发行公告》
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所、交易所	指	深圳证券交易所
证券登记结算机构、登记机构	指	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
受托管理人、主承销商、华泰联合证券、簿记管理人	指	华泰联合证券有限责任公司
中诚信证评	指	中诚信证券评估有限公司
《债券持有人会议规则》	指	为保障本次债券持有人的合法权益，根据相关法律法规制定的《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司2015年面向合格投资者公开发行公司债券持

		有人会议规则》及其变更和补充
《债券受托管理协议》	指	发行人与债券受托管理人为本次债券的受托管理签署的《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司（作为发行人）与华泰联合证券有限责任公司（作为受托管理人）之北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司2015年面向合格投资者公开发行公司债券受托管理协议》
公司章程	指	《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司章程》
《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》
《管理办法》	指	《公司债券发行与交易管理办法》
最近三年	指	2012年、2013年、2014年
最近三年及一期、报告期	指	2012年、2013年、2014年及2015年1-9月
工作日	指	北京市的商业银行的对公营业日（不包括法定节假日或休息日）
交易日	指	深圳证券交易所的营业日
法定节假日或休息日	指	中华人民共和国的法定及政府指定节假日或休息日（不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区的法定节假日和/或休息日）
中国	指	中华人民共和国（为本募集说明书之目的，不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区）
元	指	如无特别说明，指人民币元
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
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
蓝标投资	指	蓝色光标（上海）投资管理有限公司
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
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.
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
Fuse	指	Fuse Project,LLC
WAVS	指	We Are Very Social Limited
Huntsworth	指	Huntsworth PLC
Vision 7	指	Vision 7 International INC.
沈阳新维	指	沈阳新维广告有限公司
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）
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
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
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

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可能略有差异, 这些差异是由于四舍五入造成的。

第一节 发行概况

一、本次发行的基本情况及发行条款

（一）核准情况及核准规模

本次债券经公司董事会于2015年9月30日召开的第三届董事会第五十一次会议审议通过，并经2015年10月26日召开的2015年第三次临时股东大会审议通过。

经中国证监会“证监许可【2015】3153号”文核准，发行人获准面向合格投资者公开发行面值不超过4亿元的公司债券；本次债券拟一次性发行，发行人将根据市场情况确定本次债券各期的发行时间、发行规模及发行条款。

（二）本次债券基本条款

1、债券名称：北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司2016年面向合格投资者公开发行公司债券。

2、发行规模：本次债券发行规模为人民币4亿元。

3、债券形式：实名制记账式公司债券。投资者认购的本次债券在登记机构开立的托管账户托管记载。本次债券发行结束后，投资者可按照有关主管机构的规定进行债券的转让、质押等操作。

4、票面金额和发行价格：本次债券面值100元，按面值平价发行。

5、期限：本次债券为5年期固定利率品种，附第3年末发行人上调票面利率选择权及投资者回售选择权。

6、债券发行安排：本次债券拟一次性发行。

7、债券利率及其确定方式：本次债券为固定利率债券，采取网下面向合格机构投资者询价配售的方式，票面年利率将根据网下询价结果，由发行人与主承销商按照国家有关规定共同协商确定。

8、还本付息的期限和方式：本次债券采用单利按年计息，不计复利。每年付息一次，到期一次还本，最后一期利息随本金一起支付，若债券持有人在第3

年末行使回售权，所回售债券的票面面值加第3年的利息在投资者回售支付日2019年1月19日一起支付。本息支付方式及其他具体安排按照登记机构的相关规定办理。

9、发行人上调票面利率选择权

发行人有权决定是否在本次债券存续期的第3年末上调本次债券后2年的票面利率。发行人将于本次债券存续期内第3个计息年度付息日前的第30个交易日，在中国证监会指定的信息披露媒体上发布关于是否上调本次债券的票面利率以及上调幅度的公告。若发行人未行使利率上调权，则本次债券后续期限票面利率仍维持原有票面利率不变。

10、投资者回售选择权

发行人发出关于是否上调本次债券的票面利率及上调幅度的公告后，投资者有权选择在本次债券存续期内第3个计息年度付息日将其持有的本次债券的全部或部分按面值回售给发行人。本次债券存续期内第3个计息年度付息日即为回售支付日，发行人将按照上交所和登记机构相关业务规则完成回售支付工作。

公司第一次发出关于是否上调本次债券的票面利率及上调幅度的公告之日起3个交易日内，行使回售权的债券持有人可通过指定的交易系统进行回售申报，债券持有人的回售申报经确认后不能撤销，相应的公司债券份额将被冻结交易；回售申报期不进行申报的，则视为放弃回售选择权，继续持有本次债券并接受上述关于是否上调本次债券的票面利率及上调幅度的决定。

11、起息日：本次债券的起息日为2016年1月19日。

12、利息登记日：付息日之前的第1个交易日为上一个计息年度的利息登记日。

在利息登记日当日收市后登记在册的本次债券持有人，均有权就所持本次债券获得该利息登记日所在计息年度的利息（最后一个计息年度的利息随本金一起支付）。

13、付息日：本次债券的付息日为2017年至2021年每年的1月19日，若投资

者行使回售选择权，则回售部分债券的付息日为自2017年至2019年每年的1月19日，前述日期如遇法定节假日或休息日，则兑付顺延至下一个交易日，顺延期间不另计息。

14、兑付日：本次债券的兑付日为2021年1月19日，若投资者行使回售选择权，则回售部分债券的兑付日为2019年1月19日，前述日期如遇法定节假日或休息日，则兑付顺延至下一个交易日，顺延期间不另计息。

15、支付金额：本次债券于每年的付息日向投资者支付的利息为投资者截至利息登记日收市时各自所持有的本次债券票面总额与票面年利率的乘积，于兑付日向投资者支付的本息为投资者截至兑付登记日收市时持有的本次债券最后一期利息及等于票面总额的本金。

16、支付方式：本次债券本息支付将按照本次债券登记机构的有关规定统计债券持有人名单，本息支付方式及其他具体安排按照债券登记机构的相关规定办理。

17、担保人及担保方式：本次债券无担保。

18、募集资金专项账户：发行人将设立募集资金专项账户，用于本次债券募集资金的接收、存储、划转与本息偿付，审慎使用募集资金，保证募集资金的使用与募集说明书的承诺相一致。

19、信用等级及资信评级机构：经中诚信证评评定，发行人主体长期信用等级为AA，本次债券信用等级为AA（信评委函字【2015】284号）。

20、债券受托管理人：华泰联合证券有限责任公司。

21、向公司股东配售的安排：本次债券不向公司原股东配售。

22、发行方式和发行对象：本次债券发行采取网下面向合格投资者询价配售的方式，网下申购由本公司与主承销商根据簿记建档情况进行债券配售。发行对象为在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司开立A股证券账户的合格投资者（法律、法规禁止购买者除外）。

23、承销方式：本次债券由主承销商组织承销团以余额包销的方式承销。

24、上市交易安排：本次发行结束后，发行人将尽快向深交所提出关于本次债券上市交易的申请。具体上市时间将另行公告。

25、募集资金用途：本次债券募集资金在扣除发行费用后，拟用于偿还到期债务及补充流动资金。

26、质押式回购：发行人主体信用等级为 AA，本次债券的信用等级为 AA，评级展望为稳定，本次债券符合进行质押式回购交易的基本条件，具体折算率等事宜按证券登记机构的相关规定执行。

27、税务提示：根据国家有关税收法律、法规的规定，投资者投资本次债券所应缴纳的税款由投资者承担。

（三）本次发行及上市安排

1、本次债券发行时间安排

发行公告刊登的日期：2016年1月15日

发行首日：2016年1月19日

发行期限：2016年1月19日至2016年1月21日

2、本次债券上市安排

本次发行结束后，发行人将尽快向深交所提出关于本次债券上市交易的申请。具体上市时间将另行公告。

二、本次发行的有关机构

（一）发行人

名称：	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
住所：	北京市朝阳区酒仙桥北路9号（厂区）10幢二层A5-01
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
电话：	010-56478346
传真：	010-56478884
邮政编码：	100015

联系人：	项颀
------	----

（二） 承销商

名称：	华泰联合证券有限责任公司
法定代表人：	吴晓东
住所：	深圳市福田区中心区中心广场香港中旅大厦第五层（01A、02、03、04）、17A、18A、24A、25A、26A
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：	010-56839300
传真：	010-56839500
邮政编码：	100032
项目负责人：	万方、张赞
项目经办人：	李航、解灿霞、刘洪泽

（三） 分销商

名称：	广发证券股份有限公司
法定代表人：	孙树明
住所：	广州市天河区天河北路183-187号大都会广场43楼（4301-4316房）
办公地址：	广州市天河区天河北路183-187号大都会广场38楼
电话：	020-87555888-8342/6040/6141
传真：	020-87553574
邮政编码：	510075

名称：	东海证券股份有限公司
法定代表人：	朱科敏
住所：	江苏常州延陵西路23号投资广场18层
办公地址：	上海市浦东新区东方路1928号东海大厦4楼债券发行部
电话：	021-20333219/3395
传真：	021-50498839
邮政编码：	2000125

（四） 发行人律师

名称：	北京市天元律师事务所
-----	------------

负责人:	朱小辉
联系地址:	北京市西城区丰盛胡同 28 号太平洋保险大厦 10 层
电话:	010-57763888
传真:	010-57763777
邮政编码:	100032
经办签字律师:	孙彦、于进进

(五) 会计师事务所

名称:	天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)
负责人:	陈永宏
联系地址:	北京市海淀区车公庄西路19号外文文化创意园12号楼
电话:	010-88827799
传真:	010-88018737
邮政编码:	100048
签字注册会计师:	王玥、张琼

(六) 资信评级机构

名称:	中诚信证券评估有限公司
法定代表人:	周浩
住所:	上海市黄浦区西藏南路760号安基大厦21楼
办公地址:	上海市黄浦区西藏南路760号安基大厦21楼
电话:	021-51019090
传真:	021-51019030
邮政编码:	200011
经办人:	焦彬彬、曾辉、钟舒文、许家能

(七) 债券受托管理人

名称:	华泰联合证券有限责任公司
法定代表人:	吴晓东
住所:	深圳市福田区中心区中心广场香港中旅大厦第五层(01A、02、03、04)、17A、18A、24A、25A、26A
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:	010-56839300

传真：	010-56839500
邮政编码：	100032
联系人：	王梓濛

（八） 募集资金专项账户开户银行

收款单位：	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司
开户银行：	平安银行北京建国门支行
收款账号：	11014771611009
电话：	010-56432743
传真：	010-56432719
联系人：	双黎

（九） 本次债券申请上市的证券交易所

名称：	深圳证券交易所
负责人：	宋丽萍
办公地址：	深圳市深南东路5045号
联系人：	郑文才
电话：	0755-82083333
传真：	0755-82083164
邮政编码：	518010

（十） 本次债券登记机构

名称：	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
负责人：	戴文华
办公地址：	广东省深圳市深南中路1093号中信大厦18层
联系人：	丁至勇
电话：	0755-25938000
传真：	0755-25988122
邮政编码：	518031

三、认购人承诺

购买本次债券的投资者（包括本次债券的初始购买人和二级市场的购买人，下同）被视为作出以下承诺：

（一）接受本募集说明书对本次债券项下权利义务的所有规定并受其约束；

（二）本次债券发行人依照有关法律、法规的规定发生合法变更，在经有关主管部门批准后并依法就该等变更进行信息披露时，投资者同意并接受该等变更；

（三）本次债券发行结束后，发行人将申请本次债券在深交所上市交易，并由主承销商代为办理相关手续，投资者同意并接受这种安排。

（四）同意华泰联合证券有限责任公司担任本次债券的债券受托管理人，且同意债券受托管理协议和债券持有人会议规则项下的相关规定。

四、发行人与本次发行有关的中介机构、相关人员的股权关系和其他利害关系

截至募集说明书签署之日，发行人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利害关系。

第二节 风险因素

投资者在评价本次债券时，除本募集说明书提供的其他资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。

一、与债券相关的风险

（一）利率风险

债券作为一种固定收益类金融工具，其二级市场价格变动一般与利率水平变化呈反向变动，未来市场利率的变化将直接影响债券二级市场交易价格。受国民经济总体运行状况、国家宏观经济、金融政策以及国际环境变化的影响，市场利率存在波动的可能性。由于本次债券期限较长，可能跨越一个以上的利率波动周期，市场利率的波动可能使本次债券投资者实际投资收益具有一定的不确定性。

（二）流动性风险

本次债券发行结束后，发行人将积极申请本次债券在深圳证券交易所上市流通。由于具体上市审批或核准事宜需要在本次债券发行结束后方能进行，公司目前无法保证本次债券一定能够按照预期在深圳证券交易所上市。同时，受市场流动性及投资者偏好等因素影响，发行人无法保证本次债券在深圳证券交易所的交易量和活跃性，从而可能影响本次债券的流动性，导致投资者在本次债券转让和变现时面临一定不确定性。

因此，投资者应知悉所面临的潜在流动性风险，即投资者可能无法立即出售其债券，或即使投资者以某一价格出售其持有的本次债券，投资者也可能无法获得与发达二级市场上类似投资产品相当的收益。随着公司债券的发行规模扩张和交易所债券市场的持续发展，流动性风险可能会趋于降低。

（三）偿付风险

发行人目前经营和财务状况良好。但本次债券存续期内国际国内宏观经济环境、资本市场状况、国家相关政策等外部因素以及公司本身的生产经营存在一定不确定性，这些因素的变化会影响到公司的运营状况、盈利能力和现金流量，可能导致公司无法如期从预期的还款来源获得足够的资金按期支付本次债券本息，

从而使投资者面临一定的偿付风险。

（四） 本次债券安排所特有的风险

尽管在本次债券发行时，发行人已根据现时情况安排了偿债保障措施来保障本次债券按时还本付息，但是在本次债券存续期内，可能由于不可控的市场、政策、法律法规变化等因素导致目前拟定的偿债保障措施不完全充分或无法完全履行，进而影响本次债券持有人的利益。

（五） 资信风险

发行人目前资信状况良好，盈利能力和现金获取能力较强，能够按时偿付债务本息，且发行人在近三年与主要客户发生的重要业务往来中，未曾发生任何严重违约。在未来的业务经营中，发行人亦将秉承诚信经营的原则，严格履行所签订的合同、协议或其他承诺。但在本次债券存续期内，不可控的市场环境变化等客观原因可能导致发行人资信状况发生不利变化，从而影响到发行人偿还到期债务本息，将可能使本次债券投资者受到不利影响。

（六） 评级风险

本次债券的信用评级是由资信评级机构对债券发行主体如期、足额偿还债务本息能力与意愿的相对风险进行的以客观、独立、公正为基本出发点的专家评价。债券信用等级是反映债务预期损失的一个指标，其目的是为投资者提供一个规避风险的参考值。

发行人目前资信状况良好，经中诚信证券评估有限公司综合评定，发行人的主体信用等级为 AA，本次债券的信用等级为 AA。但是在本次债券存续期内，发行人无法保证主体信用评级和本次债券的信用评级不会发生负面变化。若资信评级机构调低发行人的主体信用等级和/或本次债券的信用等级，则可能对债券持有人的利益造成不利影响。

（七） 本次债券无担保发行的风险

本次债券采用无担保的形式发行，在债券存续期内，若因发行人自身的相关风险或受市场环境变化等不可控因素影响，不能从预期的还款来源获得足够资金，则可能影响本次债券本息的按期足额偿付。

（八）重大资产重组事项对本次债券发行的影响

发行人于 2015 年 8 月 5 日对外披露了重大资产重组停牌公告，并于 2015 年 11 月 2 日对外披露《发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书》，具体可参见本募集说明书“第六节 财务会计信息/七、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项/（三）其他重要事项”。上述该次重组不会影响本次公司债券的发行条件。

二、与发行人相关的风险

（一）财务风险

1、资产负债率上升风险

公司最近三年及一期末，合并报表的资产负债率分别为 43.41%、44.15%、59.19%和 72.50%，资产负债率水平有所提高，原因系因公司业务增长较快，对流动资金需求增加，同时公司外延式收购有时需平滑现金支付收购款导致负债增加较快。若本次公司债券发行完成，公司整体负债将继续上升，在优化公司债务结构的同时负债率也将提高。作为国内公共关系行业的领军企业，公司积累了丰富的媒体资源和优质客户资源，报告期内，随着公司核心竞争力和市场地位的进一步提高，公司收入水平和盈利能力不断增长，整体偿债能力进一步增强。公司目前业务保持稳定增长，现金流良好，有利于公司应对各类偿付需求，公司虽然资产负债率上升较快，但尚处合理水平。

2、短期负债占比较高风险

随着业务范围和经营规模的不断扩大，公司最近三年及一期末负债总额快速上升，分别为 111,362.25 万元、305,297.47 万元、672,973.11 万元和 1,237,623.97 万元，其中流动负债占比分别为 78.31%、50.44%、66.66%和 63.82%。

最近三年及一期，公司流动比率分别为 1.88、1.89、1.09 和 0.96；速动比率分别为 1.88、1.89、1.08 和 0.96，速动比率与流动比率几乎相同是因公司 2014 年前没有存货，2014 年新设蓝色光标电子商务（上海）有限公司，该公司从事销售产品业务，导致期末存货增加，但存货占流动资产的比例非常小，仅为 0.14%。公司所从事的公共关系和广告业务无需任何存货，符合行业特点。

公司的流动比率及速动比率较合理，短期偿债能力有保证，但整体看，公司短期负债占比较高，面临一定流动性压力，存在短期负债占比较高风险。

3、银行授信余额较少风险

公司在各商业银行的信用等级良好，无不良贷款记录，截至 2015 年 9 月末，发行人银行授信总额为人民币 20.10 亿元，美元 37,650.00 万元，港币 9,100 万元，未使用授信额度为人民币 5 亿元，美元 417.46 万元，其他的已全部使用，这与公司处于传媒行业及轻资产的资产特征相关。银行作为公司债务融资的主要渠道，公司目前与上海浦发银行、民生银行、平安银行、招商银行、北京银行、汇丰银行、花旗银行和永隆银行取得了授信额度。为拓宽公司融资渠道，保障资金来源，公司已积极与多家银行洽谈授信事宜，且积极通过银行间债券市场进行融资，但短期内，公司存在银行授信余额相对有限的风险。

4、收入依赖重要客户风险

最近三年及一期末，公司向前 5 大客户销售合计分别为 65,916.48 万元、92,260.88 万元、119,643.80 万元和 120,488.22 万元，占当期营业收入的比例分别为 30.30%、25.74%、20.01%和 20.78%，虽然公司服务的客户数量逐年递增，但由于大客户业务量的高速增长，使得公司仍然存在营业收入向少数客户集中的趋势，公司存在一定依赖重要客户的风险，一旦客户因生产经营出现波动或其他原因减少对公共关系服务的需求，对公司的收入和利润将可能产生一定影响。

5、应收账款增加较快及回款风险

最近三年及一期末，公司应收账款余额分别为 85,006.18 万元、136,222.27 万元、222,355.20 万元和 339,011.14 万元，呈现不断上升的趋势，应收账款占公司资产总额比重分别为 30.14%、19.70%、19.56%和 19.86%。

最近三年，公司坏账准备分别为 709.24 万元、1,654.90 万元和 2,584.19 万元，公司对应收账款先按单项金额重大项目进行测试，再根据账龄分别按不同比例计提坏账准备。

公司应收账款总额上升一方面因为主营业务快速增长，应收账款金额随之增长；另一方面，公司广告业务的应收账款回收期平均在 6 个月左右，较原传统公

共关系服务业务应收账款 2-3 个月的回收期长，年底广告业务的跨年度应收账款金额较大，导致年底应收账款余额较大。

公司主要客户为消费、科技领域的大中型企业，资信良好、实力雄厚，与公司保持多年稳定的合作关系，应收账款回收具有较强的保障。同时，公司在服务过程中注重应收账款的回收和风险控制，应收账款的监督及催款执行力度也在不断加大，尽量减少不必要的坏账损失。但如果公共关系及广告行业景气程度变化或客户自身财务状况恶化，将可能导致公司应收账款难以收回发生坏账，从而给公司带来较大的经营风险。

6、商誉及无形资产减值风险

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 9 月 30 日，商誉余额 508,825.44 万元，占总资产比例达到 29.81%，无形资产中品牌余额 171,875.87 万元，占总资产比例达到 10.07%。虽然公司采取了充分的减值准备的计提政策，每年均对相应资产进行减值测试，且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，则可能产生品牌及商誉减值的风险，从而对公司当期损益造成不利影响。

7、毛利率下降风险

最近三年及一期，蓝色光标的综合毛利率分别为 35.35%、34.52%、31.75% 和 27.71%，公司的毛利率水平总体较高。2015 年 9 月末，蓝色光标的综合毛利率水平较 2014 年年末有所下降，一方面系由于市场竞争加剧，同时人力成本上升较明显，另一方面系由于公司新收购 Vision 7International INC.和沈阳新维广告有限公司，拉低了蓝色光标的综合毛利率。

公司通过收购、融合增加了广告业务收入，实现了包括广告、公共关系及活动管理等传播增值服务在内的传播服务链条的打造，但是，广告行业的毛利率普遍低于公共关系行业，因此，伴随广告收入比重的逐步增加以及营业成本的增长，公司未来存在毛利率持续下降的风险。

8、期间费用上升的风险

最近三年及一期，公司销售费用、管理费用、财务费用三项期间费用合计分别为 42,189.73 万元、68,399.90 万元、109,090.29 万元和 130,994.72 万元，期间费用占营业收入的比重分别为 19.39%、19.08%、18.25%和 22.59%。期间费用中主要为销售费用和管理费用，该两项费用中占比较高的为相关部门的人员工资、福利、提成等，这与公司所处传媒型企业，主要成本、费用为人力相关成本的特点相符。为更好的控制期间费用的增长，近年来公司正积极加强内部治理、制度化控制管理费用、销售费用等支出。短期看，公司存在期间费用较高风险。

9、重大权益投资跌价风险

受公司资金管理需求，发行人持有一定规模交易性资产，最近三年及一期末，发行人以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产分别为 0、0、7,288.12 万元和 12,297.86 万元；同时，公司通过持有可供出售金融资产和长期股权投资以满足公司业务发展和扩张需求。最近三年及一期末，公司可供出售金融资产分别为 2,445.65 万元、5,900.41 万元、97,022.34 万元和 152,507.58 万元；长期股权投资分别为 8,038.53 万元、98,710.66 万元、155,263.23 万元和 39,631.80 万元。虽然公司制定了规范的投资制度，且公司的投资均已取得管理层和有权部门的审批，但因投资标的受到宏观经济、资本市场、以及投资方自身经营情况等因素的影响，如因前述影响因素发生不利变动，将可能会导致公司重大权益投资产生跌价，从而影响公司经营业绩。公司存在一定重大权益投资跌价的风险。

10、税收优惠被收回的风险

公司子公司西藏山南东方博杰广告有限公司、山南蓝色光标数字营销有限公司、拉萨蓝色方略信息咨询有限公司为注册地在西藏的子公司，按照《西藏自治区人民政府关于我区企业所得税税率问题的通知（藏政发[2011]14 号文件）》的规定，根据国家西部大开发税收优惠政策，“对设在西藏自治区的各类企业（含西藏驻外企业），在 2011 年至 2020 年期间，按 15%的税率征收企业所得税”执行。前述税收优惠如果在执行过程中出现政策被收回或者重新拟定的情况，将因税收优惠的收回对企业的经营业绩产生一定影响。

11、资本性支出、股权投资规模不断扩大及投资风险的不确定性

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。报告期内，发行人资本性支出大幅上升、股权投资规模不断扩大。2012-2014 年及 2015 年前三季度，公司投资活动产生的现金流出分别为 42,458.66 万元、64,872.36 万元、201,486.89 万元及 230,089.33 万元，投资活动产生的现金流出持续大幅增加，投资风险存在不确定性。如果发行人不能将收购的标的公司进行有效整合，或者对其他的公司的股权投资判断失误，公司可能面临因收购、规模扩张所带来的流动性不足，从而对发行人的盈利能力及偿债能力产生不利影响。

12、受限资产占比较大的风险

截至 2015 年 9 月 30 日，发行人货币资金余额 31.21 亿元，其中冻结资金共 12.36 亿元，占货币资金的比例为 39.59%，主要是为子公司借款提供的质押担保。虽然公司货币资金长期保持充裕，可作为短期内偿付债务的资金来源，但由于货币资金中的冻结资金占比较大，发行人面临货币资金无法全部用于偿还债务的风险，同时，受限资产占比较高将可能对发行人的资金调度和流动性管理带来一定的风险。

13、流动比率及速动比率下降明显的风险

最近三年及一期末，公司流动比率分别为 1.88、1.89、1.09 和 0.96，速动比率为 1.88、1.89、1.08 和 0.96，公司流动性下降较为明显，主要系随着公司经营规模扩大，短期借款和应付账款余额增长幅度较大，导致流动负债整体增速超过流动资产增速。总体来看，公司的流动比率及速动比率较合理，短期偿债能力较强，但如果流动比率及速动比率持续下降，则可能会对发行人的流动性及短期偿债能力带来风险。

14、集中偿付风险

截至 2015 年 9 月末，公司 1-3 年待偿还有息债务余额 9.95 亿元，主要为 2017 年待还本付息的定向债务融资工具 15 蓝色光标 PPN001 和 15 蓝色光标 PPN002，公司长期应付款余额 16.16 亿元，其中最晚于 2018 年支付的金额为 10.46 亿元，可见公司在 2017 年及 2018 年面临较大的偿还债务的压力，存在一定集中偿付的风险。本次债券为 5 年期固定利率品种，附第 3 年末发行人上调票面利率选择权

及投资者回售选择权，如果本次债券存续期内，公司相关偿债安排未能满足债务的到期支付，公司面临一定的违约风险。

（二）经营风险

1、市场环境变化的风险

随着我国经济的增长放缓，和受国家宏观经济调控的影响，国内公共关系行业增速有所放缓。根据《中国公共关系业 2014 年度调查报告》，2014 年全行业的营业额约为 380 亿元人民币，年增长率为 11.5%，相比 2013 年 12.5% 的增长率有所放缓。未来中国的宏观经济环境将面临着一定的不确定性，包括公关、广告在内的基于品牌管理的营销传播服务行业的收入高度依赖于企业的市场营销支出，如果企业支出由于宏观经济环境的变化而降低，将在相当程度上影响行业的增长速度，进而影响公司的收入和利润。

2、市场竞争的风险

经过多年的不懈努力，公司确立了在公共关系服务行业的领先优势和发展基础，现已成为国内最具竞争力的公共关系服务机构。但是，我国公共关系服务行业市场化程度较高，企业数量众多且规模偏小，呈现出竞争激烈、高度分散的行业特点。同时，公共关系服务行业在国内市场的发展历史较短，实行行业自律的管理体制，行业无明确的主管部门监督管理，相关法律法规建设也较为缺乏，公共关系服务市场中无序竞争也可能影响公司的正常经营活动。此外，近年来海外公共关系服务公司也陆续进入国内市场并迅速扩大规模打响声誉。公司不仅面临国内同行业公司竞争，也在一定程度上和国际上较为知名的公共关系服务公司进行竞争抢夺客户资源。因此，如若市场竞争进一步加剧，公司可能面临着为应对较强市场竞争而调整服务价格从而影响公司经营业绩的风险。

3、下游客户需求波动的风险

发行人所从事的公共关系行业的下游客户，主要包括需要公共关系服务的企业、政府机构及非政府组织，因公共关系服务在中国发展程度尚低，公司客户几乎全部为国内外知名企业。发行人客户的公共关系需求随着所处行业的发展会同步增减，客户所处行业的发展直接影响其公共关系预算的高低，从而影响公共关系行业的发展。因此，实体经济的复苏和发展情况直接决定了发行人下游客户的

经营状况和对发行人提供服务的需求程度，从而给发行人的业务发展可能造成一定波动的风险。

4、业务创新风险

随着以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不断涌现，包括公关、广告在内的传播服务市场正发生着前所未有的深刻变化，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行业的发展方向。报告期内，公司高度重视业务创新，持续强化互联网传播技术和手段的研究和推广，推动公司业务向互联网方向转型。公司致力于为客户不断提供更多新的应用和服务，其中搜索引擎优化、博客（包括微博）、视频、互联网社区等业务都呈现出大幅度的增长。但是，随着更新的传播技术和手段的出现，如果公司不能够充分理解客户需求、把握业务创新机遇，公司就可能在激烈的市场竞争中失去领先优势。

5、并购交易的不确定性风险

公司自 2010 年上市以来先后完成十余单并购交易，通过支付现金、发行股票等方式收购博思瀚扬、精准阳光、思恩客、今久广告、博杰广告等子公司。报告期内，各子公司经营情况均良好，业绩逐年提升，与原各业务板块的协同效应也逐渐体现，但各子公司运营同样受经济周期、行业竞争等因素影响，各子公司有成长不确定性风险。当子公司业绩不能实现预期，公司收购的协同效应无法体现，可能导致公司营业收入及利润增长下降，无法达到业绩预期；另一方面，发行人相关并购交易多签订有对赌协议，各子公司经营业绩稳步提升的同时，也可能因对赌条款的约定使发行人承担一定的费用支出。

此外，公司始终将外延式发展作为公司发展和业务拓展的主要方向，因此未来仍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，扩大业务规模，为客户提供更加全面的营销服务。由于并购交易的复杂性，如并购双方最终未能就交易达成一致，存在着并购交易失败的可能性。

6、股权分散引致的风险

截至募集说明书签署日，公司总股本为 1,931,169,473 股，股东赵文权、陈

良华、许志平、吴铁、孙陶然持股比例分别为 7.09%、6.24%、5.31%、5.28%、3.75%，此五人于 2008 年 12 月 31 日签署有《一致行动人协议》，以确保发行人股权结构的稳定。如果公司实际控制人赵文权、陈良华、吴铁、许志平、孙陶然未能履行一致行动人协议义务，将可能导致公司股权相对分散；同时，公司部分个人股东将所持有的公司股票进行质押用于个人融资，若未来其未能及时偿还相关负债，将可能导致质押的公司股票被借款人处置，从而导致公司股权结构发生变化。上述因素使得公司在控制权和决策管理等方面存在一定风险。

7、并购整合风险

通过兼并收购的手段，整合包括广告、公共关系服务和活动管理等传播服务企业，是公司未来发展的重要方式之一。在以往的收购中，公司采取了积极而又谨慎的并购策略，大力加强信息化管理平台的建设，完善公司内部控制体系，以化解可能的风险。但是，广告传播企业和公共关系传播企业存在一定的行业差异，加之被并购企业与公司企业文化、管理方式等方面的差异，公司在收购过程中面临着一定的并购整合风险。

8、境外投资风险

发行人部分控股子公司和参股公司注册于境外，发行人存在一定的境外投资，截至 2015 年 9 月末，发行人在境外共计设有 18 家全资及控股子公司，注册地范围包括香港、美国、英国、维京群岛等。该等控股子公司，包括其他参股公司是发行人实施海外战略的重要载体，其经营和财务情况目前基本良好。2015 年 1-9 月发行人投资收益较去年同期下降 18.82%，主要原因是参股公司 Huntsworth Plc 确认商誉减值，同时公司根据企业会计准则的要求，将不能实施重大影响的 Huntsworth Plc 股权由长期股权投资变更为可供出售金融资产核算，导致确认投资损失共计 5,926.55 万元。Huntsworth Plc 确认商誉减值主要原因系该公司 2015 年对控制的两家子公司 Citigate 和 Grayling 确认了商誉减值损失，Huntsworth Plc 子公司 Citigate 和 Grayling 业绩下滑主要在于其欧洲市场业务受累于欧洲经济持续萎靡，而 Huntsworth Plc 本身经营情况仍属正常，减值更多的是基于外来业务发展展望做出的，对实际的现金流并未产生影响，本次减值也有助于 Huntsworth 轻装上阵、持续成长，且商誉减值是企业在并购成长中难以避免的，而本次减值

是非控制的境外企业发生的，公司具备控制力的外延并购标的尚未发生类似大规模减值事件，本次减值只是公司成长中的单一事件，不改变公司并购成长趋势。综上所述，上述境外子公司和参股公司的经营受到所在国或地区经济环境和法律法规的影响，存在出现波动的可能，发行人存在一定的海外投资风险。

9、经营声誉风险

发行人作为品牌管理服务类企业，在市场上形象管理较为重要。发行人可能出现在市场上因突发事件从而导致负面品牌形象问题，从而对公司声誉和形象造成不利影响，若突发事件影响较大，危机公关处理不到位，突发事件将对公司声誉造成较大影响，进而影响公司业务，因而发行人面临一定的经营声誉风险。

（三）管理风险

1、规模快速扩张引致的管理风险

随着业务的发展，公司的经营规模和区域不断扩大，特别是公司收购的陆续实施，将使公司规模提升到一个新台阶，截至 2015 年 9 月 30 日，公司拥有全资或控股子公司 99 家。公司的资产规模、业务水平和员工数量迅速增长，组织结构和管理体系日益复杂，子公司数量较多，这些均对公司的管理层提出了更高的要求。如果公司不能及时调整运营管理体系，实现管理升级，将影响公司的经营效率，带来管理风险。

2、人力资源风险

公共关系行业属于现代服务业，公共关系服务主要由专业人员提供智力服务，即通过研究、分析、判断以及建议来实施服务。专业人员的服务能力和水平决定了公司的服务品质和层次，因此专业人才是成功提供公共关系服务中的重要因素之一，也是公共关系公司的核心资本。目前来看，国内公共关系专业人才不仅短缺，而且流动性大，从业水准也高低不一，公司在招聘优质人才提供专业服务时面临一定的优秀人才紧缺问题，从而影响公司提供给客户专业服务的效率和质量。2012 年至 2014 年，公司员工离职率分别为 19.13%、29.26%和 33.23%，符合行业人才流动性较高的特点。公司已通过人性化的制度设计和股权激励等方式稳定业务团队，凝聚核心骨干。截至 2015 年 9 月末，发行人股权激励限售股共 30,931,270 股，占总股本的 1.60%，股权激励对象主要为公司管理层与核心业务

骨干。同时，公司建立了有效的培训机制，提升公司员工的整体服务素质。但是如果未来公司在人力资源引入、培养、激励、文化认同等方面缺乏有效的制度和措施，则面临人才流失、人才短缺和人才梯队不健全等风险，将对公司长期发展带来一定影响。同时，因公关行业人力资源成本上升较快，也可能因劳动力成本的大幅上升影响公司的业绩和业务发展。

3、关联交易风险

公司与参股公司博看文思、狮华投资、建飞科联等存在相互提供劳务和接受劳务的正常业务往来。2014 年，公司从关联方接受劳务的金额为 15.87 万元，占营业成本的比例不到 0.01%；公司向关联方提供劳务的金额为 422.87 万元，占营业收入的 0.07%，关联交易比重较小。

虽然公司已经建立了完备的《关联交易管理办法》，但是公司如不能严格按照制度中约定的市场公允价格执行，该类关联交易会影响公司及其他股东的合法利益，存在一定的关联交易风险。

4、突发事件引发公司治理结构变化的风险

公司不断完善公司法人治理结构，制定相关的配套制度。公司目前已经建立了符合现代企业制度的法人治理结构，公司董事会及高管团队对公司的日常经营管理具有较大影响。突发事件，包括但不限于上述相关人员丧失民事行为能力、严重疾病、突然死亡或失踪、涉嫌重大违规、违法行为，或已被执行司法程序以及其他严重影响或可能严重影响债务融资工具本息偿付的、需要立即处置的重大事件等，可能引起发行人临时性人事变动，进而对发行人现行有效的公司治理结构产生一定影响。发行人已建立了较为完善的公司治理体系以及公司内控机制。但仍不排除上述在极端情况下可能发生突发事件所引发公司治理结构突然变化的风险。

此外，公司股东赵文权、陈良华、吴铁、许志平、孙陶然五人为一致行动人，共同构成公司的实际控制人。截至 2015 年 9 月 30 日，赵文权、陈良华、吴铁、许志平、孙陶然合计持有公司 534,267,050 股股份，占公司现有总股本的 27.67%。截至 2015 年 9 月 30 日，公司实际控制人持有的股份中，共有 425,692,381 股处于质押状态，占公司现有总股本的 22.04%，质押借款用途主要为个人资金需求。

公司上述股东个人信用目前保持良好状态，但未来如出现相关借款到期未付等突发情况，将可能导致发行人实际控制人结构出现一定的不稳定，从而可能对公司治理带来一定不确定性。

（四） 实际控制人变更的风险

截至 2015 年 9 月 30 日，公司实际控制人持有的股份中，共有 425,692,381 股处于质押状态，占其持有发行人股份总数的 79.65%，占公司现有总股本的 22.04%，上述质押已通过中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司办理了股权质押登记手续，质押借款用途主要为个人资金需求。公司上述股东个人信用目前保持良好状态，但未来如出现相关借款到期未付等突发情况，将可能导致质押的公司股票被借款人处置，从而导致发行人实际控制人结构出现一定的不稳定，亦存在发行人实际控制人变更的风险。

此外，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 9 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，公司存在控制人变更的风险。

（五） 政策风险

公司面临的政策风险主要为产业政策变化风险。

公司所处行业为公共关系行业，属于现代服务业，因而行业发展受到国家有关现代服务业的产业政策的鼓励和支持。同时，公司主要业务中的广告策划及代理、品牌传播、产品推广等被国家纳入文化创意产业，享受国家有关文化创意产业的政策。“十二五”规划纲要明确指出：营造环境、推动服务业大发展，规范提升商务服务业，支持发展管理咨询、市场调查等专业服务，加快发展项目策划等企业管理服务，促进广告、会展业健康发展。近年来国家颁布的支持文化产业和现代服务业发展的政策有：《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》（2012 年 2 月 15 日）、《关于金融支持文化产业振兴和繁荣发展的指导意见》（2010 年 3 月 19 日）、《文化部关于加快文化产业发展的指导意见》（2009 年 9 月 10 日）、《文化产业振兴规划》（2009 年 7 月 22 日）、《财政部、海关总署、国家税务总局关

于支持文化企业发展若干税收政策问题的通知》（2009 年 3 月 27 日）、《关于金融支持服务业加快发展的若干意见》（2008 年 3 月 19 日）、《关于加快发展服务业的若干政策措施的实施意见》（2008 年 3 月 13 日）等。上述国家产业政策的支持，将对我国现代服务业的发展起到强有力的推动作用。但如果这些政策在执行过程中未能得到有效落实，或政策发生了不利于公司的变化，将可能对公司产生不利影响。

（六） 重大资产重组风险

经公司 2013 年 4 月 10 日第二届董事会第二十九次会议和 2013 年 4 月 23 日股东大会审议，公司通过收购博杰广告事宜。2013 年 8 月 5 日此次收购经中国证券监督管理委员会上市并购重组委审核通过。截至 2014 年 3 月 31 日，该次交易已完成全部资产交割及工商变更。2013 年博杰广告实现收入 117,295.04 万元，净利润 24,402.29 万元，蓝色光标此次收购对公司 2013 年业绩影响较大，2014 年博杰广告实现收入 116,001.75 万元，净利润 27,123.56 万元。

公司以并购为趋动的外延式发展战略使得公司会持续关注并购机会，在以发行股份为支付手段的选择下，部分交易可能会构成重大资产重组。实现重大资产重组后资源整合与业务协同仍需要继续投入资源和精力，如公司未能在可利用的资源下实现整合效用最大化或因重组后出现影响公司业务或发展的负面因素，可能会对公司业绩、形象等造成不利影响，形成一定的重大资产重组风险。

第三节 发行人的资信情况

一、本次债券的信用评级情况

经中诚信证券评估有限公司综合评定，发行人主体长期信用等级为 AA（信评委函字【2015】284 号），评级展望为稳定，本次债券债项评级为 AA。

二、公司债券信用评级报告主要事项

（一）信用评级结论及标识涵义

经中诚信证券评估有限公司综合评定，发行人主体信用等级 AA，表示发行人偿还债务的能力很强，受不利经济环境的影响较小，违约风险很低；本次债券的信用等级为 AA，该级别反映了发行人偿还债务的能力很强，受不利经济环境的影响较小，违约风险很低。

（二）评级报告的主要内容

1、正面

（1）广告、公关等营销传媒服务行业具有较为良好的发展前景。2014 年，中国公共关系市场继续保持稳定增长。根据《中国公共关系业 2014 年年度调查报告》估算，2014 年中国市场年营业额约为 380 亿元，年增长率达 11.5%。2014 年，中国广告行业营业额达到 5,605.60 亿元，较 2013 年增长 11.67%；

（2）良好的品牌形象和领先的市场地位。公司是国内最大的本土公关企业，2014 年公司夺得 Holmes Report 全球公关公司排行榜第 16 名，并蝉联亚洲最大公关公司；

（3）稳定优质的客户资源。2014 年，公司共拥有客户 1,140 家，主要集中在文化娱乐、信息技术、汽车、消费品等对公关广告等品牌管理类服务的需求较大的行业。公司主要客户多为行业龙头企业，其中包括世界五百强企业在内的多家客户收入贡献均在千万元以上；

（4）近年来，公司围绕“数字化+国际化”战略展开一系列并购；加之旗下各品牌表现出色，其收入规模大幅提升。近年来，公司继续快速推进外延并购战略，

与多家公司建立股权合作；同时公司旗下各品牌表现出色；2014 年公司实现营业收入 59.79 亿元，同比增长 66.83%。

2、关注

（1）被并购企业的成长性存在一定不确定性。通过兼并收购的手段拓展广告和公共关系服务业务是公司未来发展的重要方式之一，但被收购企业存在核心人员流失以及业务发展不稳定等风险，其成长性存在一定不确定性，如未来被并购企业发展受阻，将对公司盈利能力和资产质量造成不利影响；

（2）人员流动性较高及成本上升给企业管理带来挑战。公关广告行业是一个以人力资源为主的知识密集型行业，由于供需不平衡导致的人才稀缺以及行业的快速增长使人员的流动性较高，除了造成企业人力成本增加之外，更严重的是影响项目沟通协调的进度。如何能留住、吸引人才并控制管理成本成为该行业企业普遍面临的挑战；

（3）2014 年以来，公司负债水平明显上升。2014 年以来，公司债务规模增长较快，截至 2014 年末，公司资产负债率和总资本化比率分别达到 59.19%和 42.91%。考虑到未来公司将继续采用并购等方式实现快速扩张，其债务负担或将进一步上升。

（三）跟踪评级的有关安排

根据中国证监会相关规定、评级行业惯例以及评级公司评级制度相关规定，自首次评级报告出具之日（以评级报告上注明日期为准）起，评级公司将在本次债券信用级别有效期内或者本次债券存续期内，持续关注本次债券发行人外部经营环境变化、经营或财务状况变化以及本次债券偿债保障情况等因素，以对本次债券的信用风险进行持续跟踪。跟踪评级包括定期和不定期跟踪评级。

在跟踪评级期限内，评级公司将于本次债券发行主体及担保主体（如有）年度报告公布后二个月内完成该年度的定期跟踪评级。此外，自本次评级报告出具之日起，评级公司将密切关注与发行主体、担保主体（如有）以及本次债券有关的信息，如发生可能影响本次债券信用级别的重大事件，发行主体应及时通知评级公司并提供相关资料，评级公司将在认为必要时及时启动不定期跟踪评级，就该事项进行调研、分析并发布不定期跟踪评级结果。

评级公司的定期和不定期跟踪评级结果等相关信息将在评级公司网站（www.ccxr.com.cn）和交易所网站予以公告，且交易所网站公告披露时间应早于在其他交易场所、媒体或者其他场合公开披露的时间。

如发行主体、担保主体（如有）未能及时或拒绝提供相关信息，评级公司将根据有关情况进行分析，据此确认或调整主体、债券信用级别或公告信用级别暂时失效。

三、历次主体评级情况

发行人从 2012 年起在资本市场进行直接债务融资，已发行的各期债券情况如下：

表 3-1 自 2012 年起发行人已发行的各期债券情况

证券代码	证券名称	发行期限	主体评级	发行日期	发行规模(亿元)	证券类别	上市地点
112135.SZ	12 蓝标 01	3	AA	2012-11-19	2.0000	公司债	深圳
041477001.IB	14 蓝色光标 CP001	1	AA	2014-10-22	7.5000	短期融资券	银行间
031577001.IB	15 蓝色光标 PPN001	2	AA	2015-06-10	5.0000	定向工具	银行间
031577002.IB	15 蓝色光标 PPN002	2	AA	2015-07-09	5.0000	定向工具	银行间
041577005.IB	15 蓝色光标 CP001	1	AA	2015-08-14	5.0000	短期融资券	银行间
041577006.IB	15 蓝色光标 CP002	1	AA	2015-09-09	2.5000	短期融资券	银行间
031584003.IB	15 蓝色光标 PPN003	2	AA	2015-11-13	6.0000	定向工具	银行间

自 2012 年首次评级以来，蓝色光标共进行过 5 次主体评级，历次评级情况如下：

表 3-2 自 2012 年起发行人历次评级情况

评级标准	发布日期	信用评级	评级展望	变动方向	评级机构	评级类型
主体评级	2015-08-12	AA	稳定	维持	中诚信国际	长期信用评

评级标准	发布日期	信用评级	评级展望	变动方向	评级机构	评级类型
						级
主体评级	2015-07-09	AA	稳定	维持	中诚信国际	长期信用评级
主体评级	2015-04-23	AA	稳定	维持	中诚信国际	长期信用评级
主体评级	2014-05-08	AA	稳定	首次	中诚信国际	长期信用评级
主体评级	2012-11-24	AA	--	首次	鹏元资信	长期信用评级

根据上述核查，发行人主体历次评级均为 AA 级，与本次公司债的评级结果相同，不存在差异。

四、发行人的资信情况

（一）发行人获得主要贷款银行的授信情况

发行人资信状况良好，无不良贷款记录，与各大商业银行均建立了长期稳定的信贷业务关系，具有较强的间接融资能力。截至 2015 年 9 月 30 日，发行人银行授信总额为人民币 20.10 亿元，美元 37,650.00 万元，港币 9,100.00 万元，未使用授信额度为人民币 5.00 亿元，美元 417.46 万元，其他已全部使用。发行人的主要授信银行包括浦发银行、民生银行、招商银行、平安银行、北京银行、汇丰银行、花旗银行和永隆银行。具体情况如下表：

表 3-3 发行人截至 2015 年 9 月末的银行授信情况

授信银行	授信额度	已使用额度
汇丰银行	18,000万人民币	18,000万人民币
浦发银行	6,350万美元	6,000万美元
	15,000万人民币	15,000万人民币
	60,000万人民币	60,000万人民币
花旗银行	1,500万美元	1,500万美元
民生银行	13,000万人民币	13,000万人民币
永隆银行	9,100万港币	9,100万港币

招商银行	15,000万人民币	15,000万人民币
	20,000万美元	20,000万美元
	3,200万美元	3,144.91万美元
	1,500万美元	1,500万美元
	600万美元	595万美元
	4,500万美元	4,492.63万美元
平安银行	30,000万人民币	25,000万人民币
北京银行	50,000万人民币	0万人民币

截至 2015 年 9 月 30 日，公司在各家银行的授信总额无明显下降。

（二）最近三年及一期与主要客户发生业务往来时，是否有严重违约现象

最近三年及一期发行人与主要客户发生业务往来时，均遵守合同约定，未发生过严重违约现象。

（三）最近三年及一期发行的债券、其他债务融资工具以及偿还情况

1、公司于 2012 年 11 月 19 日发行 2.0 亿元私募公司债券，债券期限为 3 年期，票面利率为 7.90%。该期债券已完成还本付息。

2、公司于 2014 年 10 月 23 日发行 7.5 亿元短期融资券，债券期限为 1 年，票面利率为 6.00%。该期债券已完成还本付息。

3、公司于 2015 年 6 月 12 日发行 5.0 亿元定向工具，债券期限为 2 年期，票面利率为 6.01%。该期债券目前尚在存续期内。

4、公司于 2015 年 7 月 13 日发行 5.0 亿元定向工具，债券期限为 2 年期，票面利率为 6.10%。该期债券目前尚在存续期内。

5、公司于 2015 年 8 月 18 日发行 5.0 亿元短期融资券，债券期限为 1 年期，票面利率为 3.86%。该期债券目前尚在存续期内。

6、公司于 2015 年 9 月 11 日发行 2.5 亿元短期融资券，债券期限为 1 年期，票面利率为 3.95%。该期债券目前尚在存续期内。

（四） 本次发行后的累计公司债券余额及其占发行人最近一期净资产的比例

本次债券发行后，发行人及子公司累计境内公开发行公司债券余额为 4 亿元，占公司 2014 年 12 月 31 日经审计合并口径净资产的比例为 8.62%，占公司 2015 年 9 月 30 日未经审计合并口径净资产的比例为 8.52%。

（五） 公司最近三年及一期合并口径主要财务指标

表 3-4 发行人最近三年及一期合并口径主要财务指标情况

项 目	2015 年 9 月末/ 2015 年 1-9 月	2014 年末/ 2014 年	2013 年末/ 2013 年	2012 年末/ 2012 年
总资产（亿元）	170.70	113.70	69.15	25.65
总负债（亿元）	123.76	67.30	30.53	11.14
全部债务（亿元）	30.78	27.39	6.64	4.02
所有者权益（亿元）	46.94	46.40	38.62	14.52
营业总收入（亿元）	58.00	59.79	35.84	21.75
利润总额（亿元）	3.18	9.48	6.33	3.57
净利润（亿元）	2.09	7.42	4.82	2.61
扣除非经常性损益后的净利润（亿元）	1.81	6.40	4.18	2.29
归属于母公司所有者的净利润（亿元）	1.98	7.12	4.37	2.36
经营活动产生现金流量净额（亿元）	2.41	2.05	1.50	1.94
投资活动产生现金流量净额（亿元）	-20.33	-19.37	-4.82	-4.06
筹资活动产生现金流量净额（亿元）	28.68	15.44	6.54	3.79
流动比率	0.96	1.09	1.89	1.88
速动比率	0.96	1.08	1.89	1.88
资产负债率（%）	72.50	59.19	44.15	43.41
债务资本比率（%）	39.60	37.12	14.67	21.67
平均总资产回报率（%）	4.66	10.98	14.07	14.30
加权平均净资产收益率（%）	2.53	16.96	19.46	20.55

扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率（%）	1.99	14.52	16.62	17.75
EBITDA（亿元）	5.83	10.67	7.15	3.95
EBITDA 全部债务比（%）	18.95	38.96	107.72	98.47
EBITDA 利息倍数	3.26	19.02	21.02	41.93
应收账款周转率	2.76	3.33	3.24	2.56
存货周转率	432.72	1,240.77	-	-

注：

①全部债务=长期借款+应付债券+短期借款+交易性金融负债+应付票据+应付短期债券+一年内到期的非流动负债

②债务资本比率=全部债务/（全部债务+所有者权益）

③平均总资产回报率=（利润总额+利息支出）/[（期初总资产+期末总资产）/2]

④EBITDA=利润总额+计入财务费用的利息支出+固定资产折旧+摊销

⑤EBITDA 全部债务比=EBITDA/全部债务

⑥EBITDA 利息倍数= EBITDA/（资本化利息+计入财务费用的利息支出）

⑦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]

⑧存货周转率=营业成本/[（期初存货余额+期末存货余额）/2]

⑨2012 年年初数以年末数替代。

⑩2015 年三季度平均总资产回报率、应收账款周转率、存货周转率已经年化处理。

第四节 增信机制、偿债计划及其他保障措施

一、增信机制

本次债券采用无担保的方式发行。

二、偿债计划

本次债券在存续期内每年付息一次，最后一期利息随本金的兑付一起支付。本次债券的付息日为2017年至2021年每年的1月19日，若投资者行使回售选择权，则回售部分债券的付息日为自2017年至2019年每年的1月19日，前述日期如遇法定节假日或休息日，则兑付顺延至下一个交易日，顺延期间不另计息。本次债券的兑付日为2021年1月19日，若投资者行使回售选择权，则回售部分债券的兑付日为2019年1月19日，前述日期如遇法定节假日或休息日，则兑付顺延至下一个交易日，顺延期间不另计息。

本次债券利息的支付和本金的偿付通过登记机构和有关机构办理。利息支付和本金偿付的具体事项将按照国家有关规定，由发行人在中国证监会指定媒体上发布的付息公告中加以说明。根据国家税收法律、法规，投资者投资本次债券应缴纳的有关税金由投资者自行承担。

三、具体偿债安排

（一）本次偿债资金来源

发行人为本次公司债券的法定偿债人，未来偿还本次公司债券到期本息的资金来源主要有以下三个方面：

1、稳定的经营情况

最近三年及一期，发行人营业收入分别为217,537.81万元、358,399.81万元、597,908.82万元和579,965.98万元。经营活动产生的现金流入量分别为196,083.49万元、341,655.99万元、584,259.60万元和580,122.09万元；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24,076.24万元。发行人营业收入、经营活动产生的现金流入量较为稳定，可作为偿付本次

公司债券的资金来源。

2、充足的货币资金

最近三年及一期，公司持有的货币资金期末余额分别为 6.88 亿元、12.05 亿元、19.79 亿元和 31.21 亿元。截至 2015 年 9 月 30 日，发行人冻结资金共 12.36 亿元，占货币资金的比例为 63.73%，主要是为子公司借款提供的质押担保。虽然发行人受限资产占比较大，但扣除受限资产后的货币资金仍较为充裕，可作为偿付本次公司债券的资金来源。

3、可变现资产的后备保障

截至 2014 年末，应收账款净额 22.24 亿元，其中 6 个月以内到期的应收账款余额 19.78 亿元。公司可变现资产金额较充足，可作为按期偿付本次债券的后备资金来源。

（二） 偿债应急保障方案

公司偿债应急保障的主要方案为流动资产变现。公司长期保持稳健的财务政策，资产结构相对合理，资产流动性较高，必要时可以通过流动资产变现来补充偿债资金。截至 2015 年 9 月 30 日，公司持有的应收票据、应收账款、预付账款、存货等流动性资产有 37.37 亿元，扣除 12.36 亿元的受限资金后的余额仍有 25.01 亿元。若出现公司不能按期足额偿付本次债券本息的情形时，公司拥有的变现能力较强的高流动性资产可迅速变现，为本次债券本息及时偿付提供一定的保障。

四、偿债保障措施

为维护本次债券持有人的合法权益，发行人为本次债券采取了如下的偿债保障措施：

（一） 开立募集资金专户专款专用

发行人开立募集资金专户专项用于募集资金款项的接收、存储及划转活动，将严格按照募集说明书披露的资金投向，确保专款专用。

发行人与平安银行北京建国门支行签订《募集资金专项账户与偿债资金专户监管协议》，规定平安银行北京建国门支行监督募集资金的使用情况。

（二） 制定《债券持有人会议规则》

公司按照《管理办法》制定了本次债券的《债券持有人会议规则》，约定债券持有人通过债券持有人会议行使权利的范围、程序和其他重要事项，为保障本次债券的本息及时足额偿付做出了合理的制度安排。

（三） 聘请债券受托管理人

公司按照《管理办法》聘请华泰联合证券有限责任公司担任本次债券的受托管理人，签订了《债券受托管理协议》。在本次债券的存续期内，债券受托管理人依照协议的约定维护公司债券持有人的利益。

（四） 设立专门的偿付工作小组

公司将严格按照财务管理制度的要求使用本次债券募集资金。在每年的资金安排中落实本次债券本息的偿付资金，保证本息的如期偿付，保障债券持有人的利益。在本次债券每年的利息偿付日之前和/或本金兑付日之前的十五个交易日内，公司将专门成立偿付工作小组，偿付工作小组组成人员由公司主要负责人、财务负责人、董事会秘书等高管及资金运营部和董事会办公室等相关部门的人员组成，负责本金和利息的偿付及与之相关的工作。

（五） 严格的信息披露

公司将遵循真实、准确、完整的信息披露原则，使发行人偿债能力、募集资金使用等情况受到债券持有人、债券受托管理人和股东的监督，防范偿债风险。

公司将及时披露本次债券存续期内发生可能影响公司偿债能力或债券价格的重大事项。重大事项包括：

- 1、公司经营方针、经营范围或生产经营外部条件等发生重大变化；
- 2、债券信用评级发生变化；
- 3、公司主要资产被查封、扣押、冻结；
- 4、公司发生未能清偿到期债务的违约情况；
- 5、公司当年累计新增借款或对外提供担保超过上年末净资产的百分之二十；
- 6、公司放弃债权或财产，超过上年末净资产的百分之十；
- 7、公司发生超过上年末净资产百分之十的重大损失；

- 8、公司作出减资、合并、分立、解散及申请破产的决定；
- 9、公司涉及重大诉讼、仲裁事项或受到重大行政处罚；
- 10、保证人、担保物或者其他偿债保障措施发生重大变化；
- 11、公司情况发生重大变化导致可能不符合公司债券上市条件；
- 12、公司涉嫌犯罪被司法机关立案调查，发行人董事、监事、高级管理人员涉嫌犯罪被司法机关采取强制措施；
- 13、其他对投资者作出投资决策有重大影响的事项。

（六） 其他保障措施

在出现预计不能按期偿付债券本息或者到期未能按期偿付债券本息时，公司将至少采取如下措施：

- 1、不向公司股东分配利润；
- 2、暂缓公司重大对外投资、收购兼并等资本性支出项目的实施；
- 3、调减或停发公司董事和高级管理人员的工资和奖金；
- 4、公司主要责任人不得调离。

五、违约责任及解决措施

发行人发生的如下情形构成本次债券违约：

- （一）未能偿付本次债券因到期或加速清偿应付的本金或利息；
- （二）丧失清偿能力、被法院指定接管人或已开始相关的诉讼程序；

如果发行人不能按时支付本金或利息，对于逾期未付的利息或本金，发行人应根据逾期天数按逾期利率向债券持有人支付逾期利息，逾期利率为本次债券票面利率上浮 30%。

发生违约情形时，债券受托管理人将依据《债券受托管理协议》代表债券持有人向发行人进行追索，必要时向设于北京的中国国际经济贸易仲裁委员会申请仲裁。如果债券受托管理人未按《债券受托管理协议》履行其职责，债券持有人有权直接依法向发行人进行追索或向设于北京的中国国际经济贸易仲裁委员会申请仲裁，并追究债券受托管理人的违约责任。

第五节 发行人基本情况

一、 发行人基本情况

公司法定中文名称：	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
成立时间：	2002年11月4日
注册资本：	193,116.9473万元
实缴资本：	193,116.9473万元
企业类型：	股份有限公司（上市、自然人投资或控股）
住所：	北京市朝阳区酒仙桥北路9号（厂区）10幢二层A5-01
邮政编码：	100015
信息披露事务负责人：	项颀
联系电话：	010-56478871
传真：	010-56478000
所属行业：	租赁和商务服务业—商务服务业
经营范围：	许可经营项目：无；一般经营项目：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。
工商登记号：	110108004952150

二、 发行人历史沿革情况

北京蓝色光标数码科技有限公司（以下简称“有限公司”）系发行人前身，2002年11月4日设立，注册资本为人民币10万元，企业法人营业执照注册号为1101082495215，住所为北京市海淀区中关村南大街5号理工科技大厦16层，为有限责任公司。上述注册资本业经北京天平会计师事务所有限责任公司予以验证，

并于 2002 年 10 月 29 日出具了天平验资【2002】第 2202 号验资报告。设立时有限公司的股权结构为：高鹏出资 8 万元，出资比例为 80%；孙彦出资 2 万元，出资比例为 20%。有限公司设立时，为设立便捷，由高鹏、孙彦代赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华、高鹏六人持股，有限公司的实际出资人及股东为赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华、高鹏。

2004 年 10 月 30 日，经有限公司股东会决议通过，赵文权、许志平、陈良华、华浪珊、孙陶然对有限公司增资。2004 年 11 月 15 日，上述五人分别增资 25 万元，同时高鹏受让股东孙彦持有的股权 2 万元，高鹏受让孙彦股权的同时收回代赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华持有的股权，代持行为解除，原 10 万元资本全部为高鹏所有，同时高鹏增资 15 万元，此时有限公司注册资本增至 150 万元。截至 2004 年 11 月 15 日，上述增资和转让行为完成工商变更登记。

2007 年 1 月 11 日，经有限公司股东会决议通过，同意吴铁受让股东华浪珊持有的全部出资 25 万元，公司注册资本总额未发生变化。

2007 年 11 月 15 日，经有限公司股东会决议通过，吸收毛晨、谢骏、毛宇辉等 40 名自然人成为有限公司新股东，原股东赵文权等 6 人将其持有的部分股权以原始出资额转让于新自然人股东，此次受让公司股权的股东均为公司管理人员。转让人与受让人分别签署了《股权转让协议书》，新增股东与公司签署了《股权售予协议/股份售予协议》，有限公司完成了章程修改及工商变更登记事宜。

2007 年 11 月 30 日，经有限公司股东会决议通过，同意吴哲飞因个人原因将其持有公司 2,100 股出资额全部转让于赵昀，此次转让以原始出资额转让并签署了《股权转让协议书》。此次股权转让完成了章程修改及工商变更登记事宜。

2008 年 1 月 14 日，经有限公司股东会决议通过，以原有限公司截至 2007 年 11 月 30 日的净资产 66,955,518.07 元出资，按 1:0.7467644 比例折为股份 5,000 万股，整体变更为股份有限公司，注册资本为 5,000 万元。天职国际会计师事务所有限公司为此次整体变更出具了审计报告（天职京审字【2007】第 1402 号）和验资报告（天职京验字【2008】第 9 号），沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具了资产评估报告（沃克森评报字【2008】第 0007 号）。公司于 2008 年 1 月 17 日取得北京市工商行政管理局颁发的注册号为 110108004952150 的《企

业法人营业执照》，公司名称变更为“北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司”，注册资本为人民币 5,000 万元，法定代表人为赵文权。

2008 年 3 月 10 日，经股份公司 2008 年第三次临时股东大会决议通过，同意发行 300 万新股并增加注册资本至 5,300 万元。孙陶然、赵文权、吴铁及潘勤 4 名原股东及朱俊英等 92 名新自然人股东以 2 元/股认购 300 万股，此次认购公司股份的股东均为公司主要业务人员和管理人员。认购方与股份公司签署了《股份认购协议》和《股权售予协议》。天职国际会计师事务所有限公司对此次增资予以验证，出资方式全部为货币资金且出资到位，于 2008 年 4 月 3 日出具了天职京验字【2008】18 号验资报告。此次增资完成了章程修改及工商变更登记事宜。

2008 年 6 月 16 日，经股份公司 2008 年第五次临时股东大会决议通过，同意发行 450 万新股并增加注册资本至 5,750 万元。深圳市达晨财信创业投资管理有限公司、深圳市达晨创业投资有限公司、天津同创立达投资中心（有限合伙）及自然人曾芸以 9.6667 元/股认购 450 万股，此次认购公司股份的股东为从事风险投资业务的风险投资者。认购方与股份公司签署了《股份认购及增资协议》。天职国际会计师事务所有限公司对此次增资予以验证，出资方式全部为货币资金且出资到位，并于 2008 年 7 月 7 日出具了天职京验字【2008】30 号验资报告。此次增资完成了章程修改及工商变更登记事宜。前述风投公司在公司上市后完成了股份锁定 12 个月的承诺，因其占公司股份总额未超过 5%，且截至 2014 年 5 月 31 日，其持股数未在公司前 500 大股东内，故其后股份变动无需进行公告。深圳市达晨财信创业投资管理有限公司、深圳市达晨创业投资有限公司、天津同创立达投资中心（有限合伙）及自然人曾芸持有公司的股份将根据其公司政策及自然人个人意愿通过二级市场交易等方式选择退出时机。

2008 年 6 月 16 日，经股份公司 2008 年第五次临时股东大会决议通过，同意原股东张千里、史喜俊与武欣中因离职分别将持有股份公司的 19,000 股、10,000 股、5,000 股股份转让给赵文权，转让价格 2 元/股。转让人与受让人分别签署了《股份转让协议书》。此次股份转让完成了章程修改及工商变更登记事宜。

2008 年 8 月 11 日，经股份公司 2008 年第六次临时股东大会决议通过，同

意发行 120 万新股并增加注册资本至 5,870 万元。郑佳、陶跃华、董丽、施蕾、陈莉、吴虹、靳光等 7 名新自然人以 3 元/股认购 120 万股，此次认购公司股份的股东为公司及公司控股子公司博思瀚扬的主要业务人员和管理人员。认购方与股份公司签署了《股份认购协议》和《股权售予协议》。天职国际会计师事务所有限公司对此次增资予以验证，出资方式全部为货币资金且出资到位，并于 2008 年 9 月 16 日出具了天职京验字【2008】38 号验资报告。此次增资完成了章程修改及工商变更登记事宜。

2008 年 8 月 11 日，经股份公司 2008 年第六次临时股东大会决议通过，同意原股东李晓黎因离职将持有的 14,000 股股份转让给赵文权，转让价格为 3.5 元/股。转让人与受让人签署了《股份转让协议书》。此次股份转让完成了章程修改及工商变更登记事宜。

2008 年 11 月 30 日，原公司董事、实际控制人之一高鹏向董事会提出辞职申请，2008 年 12 月 31 日，高鹏经公司实际控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华同意退出一致行动；2009 年 1 月 24 日，公司 2009 年第一次临时股东大会审议通过了高鹏的辞职申请，并选举陈良华为董事。截至 2009 年 12 月 31 日公司股票上市前，高鹏持有公司股份 7,334,335 股，占当时公司总股本（60,000,000 股）的 12.22%。高鹏持有的公司股份在公司上市限售期届满后，在二级市场及大宗交易市场上通过交易进行了减持，截至 2014 年 5 月 31 日，高鹏先生持有公司股份 18,522,844，占公司总股份的 1.95%。因其持有公司的股份低于 5%，公司不再对其持股变动情况进行公告。

2009 年 1 月 24 日，经股份公司 2009 年第一次临时股东大会决议通过，同意发行 130 万新股并增加注册资本至 6,000 万。熊剑等 11 名原自然人股东及田军、吴浴涛、葛柱宇、王双玉、唐勇、莫莉、傅颖、李雪松、武慧琴等 10 名新自然人以 3 元/股认购 130 万股，该部分股东为公司及控股子公司博思瀚扬的主要业务人员和管理人员，认购方与股份公司签署了《股份认购协议》和《股权售予协议》。天职国际会计师事务所有限公司对此次增资予以验证，出资方式全部为货币资金且出资到位，并于 2009 年 2 月 12 日出具了天职京核字【2009】159 号验资报告。此次增资完成了章程修改及工商变更登记事宜。

2009 年 1 月 24 日，经股份公司 2009 年第一次临时股东大会决议通过，原股东天津同创因合伙制无法在证券结算中心登记而将其持有公司 750,000 股股份转让给王晏清、吴传清、郭慧麟、胡星、陈方亚、仇洪昌等 6 名自然人，该 6 人为天津同创的有限合伙人及普通合伙人股东，转让价格为 9.6667 元/股，转让人与受让人分别签署了《股份转让协议书》。公司原股东张莹等人因离职原因将持有股份转出，转让价格为 3.5 元/股，转让人与受让人分别签署了《股份转让协议书》，公司与受让此部分股权的股东签署了《股权售予协议》。此次股份转让完成了章程修改及工商变更登记事宜。

2009 年 3 月 30 日，经股份公司 2008 年年度股东大会决议，同意股东周宇衍、范青、石瑛、龚雯雯因离职将所持股份转出，受让人均为公司管理人员，转让价格为 3.5 元/股。转让人与受让人分别签署了《股份转让协议书》，公司与受让此部分股权的股东签署了《股份售予协议》。此次股份转让完成了章程修改及工商变更登记事宜。

2009 年 7 月 20 日，经股份公司 2009 年第二次临时股东大会决议，同意股东白洁、蔡玉琼、张屹、张晓娟、翟延奇、王明娟、郭晓茜、李莉、唐勇因离职将所持股份转出，受让人均为公司管理人员，转让价格为 3.5 元/股（其中唐勇根据认购股份时签署的《股份售予协议》，并经与受让人赵文权协商，确定转让价格为 8.33 元/股）。转让人与受让人分别签署了《股份转让协议书》，公司与受让人签署了《股份转让协议书之补充协议》。此次股权转让完成了章程修改及工商变更登记事宜。

2010 年 2 月 5 日，经中国证监会证监发行字【2010】109 号文审核批准，公司采用网下向股票配售对象询价配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，在深交所首次公开发行人民币普通股（A 股）2,000 万股，其中网下配售 400 万股，网上发行 1,600 万股，发行价格为 33.86 元/股。首次公开发行股票后，公司总股本变更为 8,000 万股。经深交所批准，公司 2,000 万股社会公众股于 2010 年 2 月 26 日起在深交所挂牌交易，股票简称“蓝色光标”，股票代码为 300058。

2010 年 10 月 21 日，根据蓝色光标 2009 年度股东大会决议，公司以总股本

8,000 万股为基数，每 10 股派发现金股利 2.5 元（含税），同时以资本公积转增股本，向全体股东每 10 股转增 5 股，合计转增股本 4,000 万股。本次转增完成后，公司股本总额为 12,000 万股。

2011 年 8 月 24 日，根据蓝色光标 2011 年第四次临时股东大会决议，公司以现有总股本 12,000 万股为基数，以资本公积向全体股东每 10 股转增 5 股，合计转增股本 6,000 万股。本次转增完成后，公司股本总额为 18,000 万股。

2012 年 5 月 17 日，根据蓝色光标 2011 年度股东大会决议，公司以总股本 18,000 万股为基数，每 10 股派发现金股利 2 元（含税），同时以资本公积转增股本，向全体股东每 10 股转增 10 股。本次转增完成后，公司总股本增至 36,000 万股。

2012 年 6 月 1 日，公司实施了期权激励计划首次授予一期期权行权，行权的股票期权数量为 438.825 万股，公司注册资本由人民币 36,000.00 万元增加至人民币 36,438.825 万元，公司总股数由 36,000 万股增加至 36,438.825 万股。

2013 年 6 月 4 日，公司实施了股票期权激励计划前次授予第一年及一期期权行权，行权的股票期权的数量为 502.29 万股，公司注册资本金由人民币 39,672.2241 万元增加至人民币 40,174.5141 万元，公司总股数由 39,672.2241 万股增加至 40,174.5141 万股。

2013 年 6 月 7 日，公司实施了股票期权激励计划预留期权第一期期权行权，行权的股票期权的数量为 98.45 万股，公司注册资本金由人民币 40,174.5141 万元增加至人民币 40,272.9641 万元，公司总股数由 40,174.5141 万股增加至 40,272.9641 万股。

2013 年 8 月 13 日，公司现金及发行股份购买资产并募集配套资金获得中国证券监督管理委员会的核准，其中完成发行股份购买博杰广告股份暨新增股份上市，新增股份 4,886.7199 万股，公司注册资本金由人民币 40,272.9641 万元增加至人民币 45,159.684 万元，公司总股数由 40,272.9641 万股增加至 45,159.684 万股。

2013 年 8 月 22 日，公司非公开发行普通股股票获得中国证券监督管理委员会

会的核准，完成非公开发行普通股股票募集资金暨新增股份上市，新增股份 1,271.4285 万股，公司注册资本由人民币 45,159.684 万元增加至人民币 46,431.1125 万元，公司总股数由 45,159.684 万股增加至 46,431.1125 万股。

2013 年 11 月 6 日，陈良华先生因个人原因申请辞去公司董事会董事职务。陈良华先生辞去董事职务后仍担任公司首席顾问等管理职务，2014 年 3 月 28 日，公司召开 2014 年第二次临时股东大会，选举产生第三届董事会。陈良华先生辞职正式生效。陈良华先生辞去公司董事会董事职务，不会对公司经营产生影响。其作为公司实际控制人之一，将继续履行相关职责。

2014 年 1 月 27 日，根据股东大会的授权，召开的第二届董事会第四十五次会议审议通过的《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》以及其他有关议案，公司董事会同意授予首次 489 名激励对象 974.15 万股限制性股票。公司注册资本由人民币 46,431.1125 万元增加至人民币 47,405.2625 万元，公司总股数由 46,431.1125 万股增加至人民币 47,405.2625 万股。

2014 年 5 月，公司以股本 47,405.2625 万股为基数，以资本公积转增股本，向全体股东每 10 股转增 10 股，合计转增股本 47,405.2625 万股，转增后股本变更为人民币 94,810.525 万元，公司总股数由 47,405.2625 万股增加至 94,810.525 万股。

2014 年 6 月 23 日，公司召开第三届董事会第十次会议，审议通过《关于股票期权激励计划预留期权第二期可行权的议案》，同意以定向发行公司股票的方式给予 77 名激励对象第二个行权期股票期权共 1,856,000 股。股票期权行权价格为 7.32 元/股，期权行权股权款总额为人民币 13,585,950.00 元，申请增加注册资本与股本 1,856,000.00 元，其余资金计入资本公积；审议通过《关于股票期权激励计划首次授予第三期可行权的议案》，同意以定向发行公司股票的方式分别给予 150 名激励对象第三个行权期股票期权共 14,820,300 股，股票期权行权价格为 5.26 元/股，期权行权股权款总额为人民币 77,954,778.00 元，申请增加注册资本与股本 14,820,300.00 元，其余资金计入资本公积。变更后的注册资本为人民币 964,781,550.00 元。

2015 年 5 月 12 日，公司第三届董事会第三十六次会议和第三届监事会第

十次会议审议通过了《关于公司限制性股票激励计划预留部分激励对象及授予数量调整的议案》。鉴于在办理入资过程中，4 名激励对象因个人原因自愿放弃全部本次公司授予的限制性股票共计 0.36 万股，同意取消上述 4 名激励对象参与限制性股票激励计划的资格及其获授的限制性股票 0.36 万股。经过调整后，公司最终确定激励对象由 167 人调整至 163 人，预留授予限制性股票数量由 230 万股调整至 229.64 万股。北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司（以下简称“公司”）已于 2015 年 5 月 20 日完成了《限制性股票激励计划（草案修订稿）》（以下简称“限制性股票激励计划”“激励计划”或“本激励计划”）所涉限制性股票的预留授予登记工作，授予完成后公司股本将由 964,781,550.00 元变更为 966,387,950.00 元。2015 年 6 月 1 日，发行人确认回购注销股票 69 万股，占回购前公司总股本的 0.07%。公司本次限制性股票的回购价格为 14.885 元/股，截至 2015 年 6 月 1 日收盘，上述限制性股票已在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司完成注销手续。本次注销后，发行人实际股本变为 964,091,550.00 元。

2015 年 6 月 2 日，公司 2014 年度权益分派方案已获 2015 年 4 月 15 日召开的公司 2014 年度股东大会审议通过，公司按最新股本计算的 2014 年年度权益分派方案为：以公司现有总股本为基数，向全体股东每 10 股派 1.497506 元人民币现金，以资本公积金向全体股东每 10 股转增 9.983377 股，转增后总股本增至 1,931,169,473 股。

公司历史沿革各阶段合法合规，自设立以来均通过历年工商年度检验，不存在依据法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定需要终止的情形，为合法存续的企业法人。

三、 报告期内发行人实际控制人变化情况及重大资产重组情况

（一） 实际控制人变化情况

最近三年及一期，发行人不存在实际控制人发生变化的情况。

（二） 重大资产重组情况

自上市以来，公司一直坚持内生式成长与外延式发展并举的战略，公司外延式发展战略主要是通过并购具有独特业务优势和竞争实力、并能够和公司现有业务产生协同效应的相关公司的方式实现。公司通过一系列的并购实现了盈利能力

的快速提升，在资本市场形成良好反响。一方面，伴随并购活动，公司及其并购标的在行业内知名度大大提升，获取新客户的能力大大增强，有效促进了其业务发展；另一方面，公司这种内生式增长与外延式发展相结合的发展模式也逐渐被投资者所认同，公司市值得到显著提升。

2013年4月12日，公司公布重大资产重组预案，公司拟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李芑、刘彩玲、西藏山南博杰投资咨询合伙企业（有限合伙）、西藏山南博萌投资咨询合伙企业（有限合伙）合计持有的博杰广告 89%的股权，并募集配套资金，其中：①向李芑支付 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向西藏山南博杰投资咨询合伙企业（有限合伙）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、西藏山南博萌投资咨询合伙企业（有限合伙）分别发行 5,583,827 股和 2,007,668 股上市公司股票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（该次收购对价 160,200 万元与本次融资金额 53,400 万元之和）的 25%。该次交易前，公司已持有博杰广告 11%股权，该次交易完成后，公司持有博杰广告 100%股权。该次交易中，向特定对象非公开发行的股份根据并购协议设置有股份补偿条款，在并购标的经营业绩未达预定条件的情况下，并购标的转让方需要向发行人补偿相应数量的股份。

通过该次交易公司将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，原有的以公共关系、广告服务为主的传播服务链条得以完善。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。

1、资产重组方案及所处的阶段

2013年8月5日，公司取得中国证监会证监许可[2013]1056号《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》，与博杰广告之间的现金及发行股份购买资产暨重大资产重组事

宜获得中国证监会审核通过批复。截至 2014 年 3 月 31 日，本次重大资产重组已完成资产交割及工商变更。

2、重大资产重组已履行的法律程序、重组过程的合规性、对发行债务融资工具的主体资格及其决议有效性的影响

（1）该次交易已经履行的程序及获得的批准

①2013 年 3 月 7 日，发行人召开第二届董事会第二十五次会议，审议通过了《关于公司筹划重大资产重组事项的议案》，同意公司筹划重大资产重组事项。

②2013 年 4 月 1 日，博杰广告召开股东会，全体股东一致同意向蓝色光标转让博杰广告 89%股权。

③2013 年 4 月 10 日，发行人召开第二届董事会第二十九次会议，审议通过了本次现金及发行股份购买资产并募集配套资金报告书（草案）的相关议案。

④2013 年 4 月 23 日，发行人召开 2012 年度股东大会，审议通过了《关于公司现金及发行股份购买资产并募集配套资金的议案》。

⑤2013 年 8 月 5 日，公司取得中国证监会证监许可[2013]1056 号《关于核准北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司向李芃等发行股份购买资产并募集配套资金的批复》，与博杰广告之间的现金及发行股份购买资产暨重大资产重组事宜获得审核通过。

⑥2013 年 8 月 12 日，李芃、博杰投资分别持有的博杰广告 40.05%和 36.85%的股权已完成解除股权质押的工商程序，至此，博杰广告股权不存在权利限制。同时，李芃、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。

⑦2013 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》，上市公司向李芃发行的 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。此次定向发行新增股份的性质为有限售条件流通股, 上市日为 2013 年 9 月 6 日, 此次发行新增股份上市首日公司股价不除权, 股票交易设涨跌幅限制。

⑧2013 年 9 月 9 日, 上市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。上市公司此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。此次定向发行新增股份的性质为有限售条件流通股, 上市日为 2013 年 9 月 18 日。根据深圳证券交易所相关业务规则规定, 公司股票价格在 2013 年 9 月 18 日不除权, 股票交易设涨跌幅限制。

(2) 重组过程的合规性、对发行债务融资工具的主体资格及其决议有效性的影响

该次重组过程符合《重大资产重组管理办法》第十条、第四十二条、第四十三条及其适用意见要求的说明, 也不存在《上市公司证券发行管理办法》第十一条规定的不得公开发行证券的情形。该次重组完成后, 不影响公司非金融企业的主体资格, 不影响发行决议履行的效力。

四、 发行人股本结构及股东持股情况

(一) 发行人股本结构

截至募集说明书签署日, 公司股本结构如下表:

表 5-1 公司股本结构

类别	数量(股)	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	-	-

类别	数量(股)	比例(%)
3、其他内资持股	525,843,931	27.23
其中：境内法人持股	55,435,237	2.87
境内自然人持股	470,408,694	24.36
4、外资持股	27,977	0.00
其中：境外法人持股	-	-
境外自然人持股	27,977	0.00
二、无限售条件股份	1,405,297,565	72.77
人民币普通股	1,405,297,565	72.77
境内上市的外资股	-	-
境外上市的外资股	-	-
其他	-	-
三、股份总数	1,931,169,473	100.00

(二) 发行人股东持股情况

截至募集说明书签署日，发行人前十大股东持股情况如下表：

表 5-2 公司前十大股东持有公司股份情况

股东名称	股东性质	持股数量（股）	持股比例（%）	质押或冻结的股份数量（股）
赵文权	自然人	136,907,714	7.09	107,930,498
陈良华	自然人	120,449,675	6.24	94,884,706
许志平	自然人	102,514,730	5.31	76,500,000
吴铁	自然人	101,915,223	5.28	76,820,000
李芑	自然人	95,243,181	4.93	94,710,542
孙陶然	自然人	72,479,708	3.75	69,557,177
王舰	自然人	60,472,889	3.13	31,900,000
西藏山南博	法人	47,411,240	2.46	47,411,160

控股子公司以及具有重大影响的参股公司的会计资料及其他有关经济资料,以及所反映的财务收支及有关的经济活动的合法性、合规性、真实性和完整性进行审计,包括但不限于财务报告、业绩快报、自愿披露的预测性财务信息等;协助建立健全反舞弊机制,确定反舞弊的重点领域、关键环节和主要内容,并在内部审计过程中合理关注和检查可能存在的舞弊行为;至少每季度向审计委员会报告一次,内容包括但不限于内部审计计划的执行情况以及内部审计工作中发现的问题。

2、证券部

负责证券市场信息、政策法规的收集与整理工作,对资本市场进行研究分析;股票发行上市后,协助董事会秘书进行信息披露、投资者关系管理等工作。收集与整理证券市场信息、政策法规,对资本市场进行研究分析。

3、财务部

制订公司会计政策、会计核算和财务管理等工作程序,建立企业会计内部控制制度,经批准后组织实施并监督执行;负责对公司的资金管理、往来核算、材料核算、税务管理和公司的财务会计凭证编制、成本核算、固定资产核算及其他会计核算工作。对企业经济活动进行核算、监督、预算、决算、控制和分析。

4、人力资源部

负责制订公司年度人力资源需求计划,做好员工的招聘工作,并负责办理相关入职手续;负责组织公司新招员工的上岗前培训、在职技能培训和公司各系统的专业培训;根据有关规定和标准,结合公司实际情况,负责各单位的定编、定岗、定员工作;依据公司制订的薪酬方案,制订岗位工资标准和效益工资标准;负责员工各项社会保险费的办理及缴纳。根据公司战略及长远发展的需要,提供人才保障;通过提高人员工作效能与满意度,提升员工产出价值。

5、投资部

编制、审定项目建议书、可研报告;审定年度投资计划及预算;投资项目组织开工及监督现场施工;项目投资款项的结算与控制。负责公司对外投资、企业并购、资产重组等资本项目的可行性研究和具体实施工作。

（二） 发行人重要权益投资情况

1、纳入合并报表范围子公司情况

经过多次并购整合，公司目前已成为拥有数十家子公司的上市公司，业务范围覆盖公共关系服务和广告业务。公司本部承担着公司财务、人力资源、审计、投资项目分析、信息化管理、股证事务和公司战略制定等工作，承担整个集团的宏观管理职能。截至 2015 年 9 月 30 日，公司设立的全资或控股子公司有 99 家，具体情况如下：

表 5-3 发行人子公司基本情况一览表

序号	子公司全称	注册地	业务性质	持股比例	表决权比例
1	北京蓝色印象品牌顾问有限公司	北京	服务业	100%	100%
2	北京蓝色光标公关顾问有限公司	北京	服务业	100%	100%
3	北京蓝色光标娱乐传媒咨询有限公司	北京	服务业	51%	51%
4	北京蓝色天幕传媒广告有限公司	北京	服务业	65%	65%
5	北京智扬唯美科技咨询有限公司	北京	服务业	100%	100%
6	深圳蓝色光标企业策划有限公司	深圳	服务业	90%	90%
7	北京飞鸟创想公关顾问有限公司	北京	服务业	51%	51%
8	广州蓝色光标市场顾问有限公司	广州	服务业	100%	100%
9	上海蓝色光标公关服务有限公司	上海	服务业	100%	100%
10	上海励唐会展策划服务有限公司	上海	服务业	100%	100%
11	尊岸广告（上海）有限公司	上海	广告业	85%	85%
12	精准阳光（北京）传媒广告有限公司	北京	广告业	90.97%	90.97%
13	上海精准阳光生活传媒广告有限公司	上海	广告业	90.97%	90.97%
14	南京精准阳光传媒广告有限公司	南京	广告业	90.97%	90.97%
15	广州精传广告有限公司	广州	广告业	90.97%	90.97%
16	上海精传广告有限公司	上海	广告业	90.97%	90.97%
17	上海精准阳光文化传播有限公司	上海	广告业	90.97%	90.97%
18	北京博思瀚扬企业策划有限公司	北京	服务业	64.52%	64.52%
19	北京畅益思科技发展有限公司	北京	服务业	64.52%	64.52%

序号	子公司全称	注册地	业务性质	持股比例	表决权比例
20	北京欣风翼科技有限公司	北京	服务业	64.52%	64.52%
21	上海欣风翼市场营销顾问有限公司	上海	服务业	100%	100%
22	蓝色光标国际传播集团有限公司	香港	服务业	100%	100%
23	BLUEFOCUS COMMUNICATION GROUP OF AMERICA, INC.	美国	服务业	100%	100%
24	Phluency, Inc.	美国	服务业	100%	100%
25	Fuse Project, LLC	美国	服务业	75%	75%
26	SNK AD. LNC	美国	服务业	100%	100%
27	We Are Very Social Limited	英国	服务业	82.84%	82.84%
28	密达美渡传播有限公司	香港	广告业	100%	100%
29	上海蓝色光标品牌顾问有限公司	上海	服务业	100%	100%
30	陕西蓝色光标品牌顾问有限公司	陕西	服务业	51%	51%
31	蓝色方略（北京）咨询有限公司	北京	服务业	100%	100%
32	北京盛世鸿天会展服务有限公司	北京	服务业	100%	100%
33	上海湃杰广告有限公司	上海	服务业	100%	100%
34	芒果树园（北京）商贸有限公司	北京	服务业	100%	100%
35	蓝海腾悦（北京）旅行社有限公司	北京	服务业	100%	100%
36	拉萨蓝色方略信息咨询有限公司	拉萨	服务业	100%	100%
37	北京思恩客广告有限公司	北京	广告业	100%	100%
38	北京史努克科技有限公司	北京	广告业	100%	100%
39	史努克广告（上海）有限公司	上海	广告业	100%	100%
40	北京指点互动广告有限公司	北京	广告业	70.6%	70.6%
41	SNK AD Limited	香港	广告业	100%	100%
42	北京美广互动广告有限公司	北京	广告业	100%	100%
43	上海美广互动广告有限公司	上海	广告业	100%	100%
44	北京今久广告传播有限责任公司	北京	广告业	100%	100%
45	上海今久广告传播有限公司	上海	广告业	100%	100%
46	北京全经联合时代文化传播有限责任公司	北京	广告业	100%	100%

序号	子公司全称	注册地	业务性质	持股比例	表决权比例
47	海南今久广告传媒有限公司	海南	广告业	51%	51%
48	北京东方传通广告有限公司	北京	广告业	100%	100%
49	北京今久联合房地产经纪有限公司	北京	广告业	100%	100%
50	西藏山南东方博杰广告有限公司	西藏	广告业	100%	100%
51	山南蓝色光标数字营销有限公司	西藏	服务业	100%	100%
52	上海蓝色光标数字文化传播有限公司	上海	服务业	80%	80%
53	深圳蓝色光标互动营销有限公司	深圳	广告业	100%	100%
54	蓝色光标电子商务（上海）有限公司	上海	服务业	64.52%	64.52%
55	上海美广云商电子商务有限公司	上海	服务业	64.52%	64.52%
56	蓝合汽车销售（上海）有限公司	上海	销售业	64.52%	64.52%
57	蓝色光标（上海）投资管理有限公司	上海	服务业	100%	100%
58	蓝色光标（天津）市场营销有限公司	天津	服务业	100%	100%
59	北京北联伟业电子商务有限公司	北京	服务业	32.91%	32.91%
60	西藏山南北联伟业电子商务有限公司	西藏	服务业	32.91%	32.91%
61	北京捷报数据技术有限公司	北京	服务业	100%	100%
62	浙江蓝色光标数据科技有限公司	浙江	服务业	100%	100%
63	北京蓝标畅联科技有限公司	北京	服务业	51%	51%
64	蓝色光标（天津）移动互联科技有限公司	天津	服务业	75%	75%
65	沈阳新维广告有限公司	沈阳	服务业	51%	51%
66	沈阳新维信息服务有限公司	沈阳	服务业	51%	51%
67	沈阳时代维讯广告有限公司	沈阳	服务业	51%	51%
68	长春新维时代广告有限公司	长春	服务业	51%	51%
69	青岛时代维讯网络信息有限公司	青岛	服务业	51%	51%
70	哈尔滨新维广告有限公司	哈尔滨	服务业	51%	51%
71	盘锦新维广告有限公司	盘锦	服务业	51%	51%
72	哈尔滨今维文化传媒有限公司	哈尔滨	服务业	51%	51%
73	长春新维恒通广告有限公司	长春	服务业	51%	51%
74	大连时代维讯科技有限公司	大连	服务业	51%	51%

序号	子公司全称	注册地	业务性质	持股比例	表决权比例
75	Vision7InternationalINC.	加拿大	服务业	92.69%	92.69%
76	蓝瀚（上海）科技有限公司	上海	服务业	100%	100%
77	上海蓝合文化传播有限公司	上海	服务业	100%	100%
78	蓝色光标无限互联（北京）投资管理有限公司	北京	服务业	100%	100%
79	蓝色光标天地互联科技（北京）有限公司	北京	服务业	100%	100%
80	多盟智胜网络技术（北京）有限公司	北京	服务业	95%	95%
81	Domob Limited	开盟	服务业	100%	100%
82	多盟无限网络技术（北京）有限公司	北京	服务业	100%	100%
83	多盟睿達有限公司	香港	服务业	100%	100%
84	多盟睿达科技（中国）有限公司	无锡	服务业	100%	100%
85	睿達智勝有限公司	香港	服务业	100%	100%
86	睿达智胜科技（上海）有限公司	上海	服务业	100%	100%
87	Madhouse Inc.（Cayman）	开曼	服务业	54.77%	54.77%
88	Madhouse Inc.（BVI）	BVI	服务业	54.77%	54.77%
89	Madhouse Co. Limited(HK)	香港	服务业	54.77%	54.77%
90	Madhouse Co. Limited Taiwan Branch(Taiwan)	台湾	服务业	54.77%	54.77%
91	Singmadhouse PTE.LTD.(Singapore)	新加坡	服务业	54.77%	54.77%
92	AdFront Limited（BVI）	BVI	服务业	54.77%	54.77%
93	上海亿动信息技术有限公司	上海	服务业	54.77%	54.77%
94	上海竞道广告有限公司	上海	服务业	54.77%	54.77%
95	上海弈动广告有限公司	上海	服务业	54.77%	54.77%
96	上海亿动商道广告有限公司	上海	服务业	54.77%	54.77%
97	北京联拓互动广告传媒有限责任公司	北京	服务业	54.77%	54.77%
98	天津创事广告传媒有限公司	天津	服务业	54.77%	54.77%
99	广州蓝色光标电子商务有限公司	广州	销售业	32.26%	32.26%

2、发行人主要全资、控股子公司情况

从业务定位和规模、营业收入和盈利贡献等因素考虑，公司较为核心的子公

司包括：

(1) 西藏山南东方博杰广告有限公司

该子公司系公司于 2013 年 2 月收购的全资子公司，注册资本 17,820 万元，其主营业务为设计、制作、代理、发布国内广告；企业形象策划；广告信息咨询。

截至 2014 年末，博杰广告资产总计 181,834.09 万元，所有者权益 151,741.15 万元。2014 年度营业收入 116,001.75 万元，净利润 27,123.56 万元。

(2) 上海蓝色光标品牌顾问有限公司

该子公司系公司于 2010 年 4 月设立的全资子公司，注册资本 11,923 万元，其主营业务为企业形象策划；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。

截至 2014 年末，上海品牌资产总计 74,957.26 万元，所有者权益 41,637.29 万元。2014 年度营业收入 55,028.81 万元，净利润 9,365.21 万元。

(3) 北京思恩客广告有限公司

该子公司为公司 2011 年完成收购的全资子公司，注册资本 1,021.2766 万元，其主营业务为代理广告发布。主要客户为全国知名网站、游戏公司等。主要服务区域为数字技术较发达地区，如北京、上海、深圳、广州客户，客户面相全国。

截至 2014 年末，思恩客资产总计 76,692.95 万元，所有者权益 15,309.26 万元。2014 年度营业收入 176,098.35 万元，净利润 7,819.60 万元。

(4) 北京蓝色光标公关顾问有限公司

该子公司为公司自创立初即设立的全资子公司，注册资本 500 万元，主营业务均为公关咨询、企业形象策划等。主要客户为汽车、IT 类客户，服务区域分别以各自区域为主，兼顾全国布局，服务全国客户。

截至 2014 年末，蓝标公关资产总计 20,016.80 万元，所有者权益-154.81 万元。2014 年度营业收入 42,282.23 万元，净利润-1,548.25 万元。

蓝标公关 2014 年出现亏损的原因主要为，2014 年蓝标公关投资设立北京蓝

色天幕传媒广告公司，该公司从事境内外国际机场、广场大屏广告业务，由于刚刚成立，尚处于前期投资阶梯，该公司 2014 年亏损金额为 1,500 万左右，并表后导致蓝标公关出现亏损。

(5) 北京今久广告传播有限责任公司

该子公司为公司 2012 年完成收购的全资子公司，注册资本 2,000 万元，其主营业务为房地产广告代理，全案策划，代理新媒体广告发布。其主要客户为各大房地产开发商，服务区域为全国范围房地产开发项目所在区域，重点在长江以北。

截至 2014 年末，今久广告资产总计 44,100.46 万元，所有者权益 21,312.48 万元。2014 年度营业收入 42,162.82 万元，净利润 6,934.71 万元。

(6) 广州蓝色光标市场顾问有限公司

该子公司为公司自创立初即设立的全资子公司，注册资本 1,000 万元，其主营业务均为公关咨询、企业形象策划等。主要客户为汽车、IT 类客户，服务区域分别以各自区域为主，兼顾全国布局，服务全国客户。

截至 2014 年末，广州蓝标资产总计 17,094.25 万元，所有者权益 5,879.88 万元。2014 年度营业收入 25,248.75 万元，净利润 1,321.80 万元。

(7) 尊岸广告（上海）有限公司

该子公司系公司 2012 年 9 月设立的控股子公司，注册资本 100.00 万元，其主营业务为设计、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，企业形象策划，企业营销策划，商务咨询等。

截至 2014 年末，尊岸广告资产总计 17,522.40 万元，所有者权益 3,395.56 万元。2014 年度营业收入 35,027.31 万元，净利润 2,507.94 万元。

(8) 北京美广互动广告有限公司

该子公司系公司 2011 年 8 月新收购的全资子公司，注册资本 700 万元，其主营业务为设计、制作、代理、发布广告；展览服务。

截至 2014 年末，美广互动资产总计 9,642.81 万元，所有者权益 5,286.09 万元。2014 年度营业收入 13,380.57 万元，净利润 2,990.88 万元。

(9) 精准阳光（北京）传媒广告有限公司

该子公司为公司 2011 年完成收购的子公司，注册资本 735.7039 万元，其主营业务为户外广告，社区灯箱广告。主要客户多为汽车、金融客户。主要业务集中于北京、上海、广州、深圳、杭州、成都等地。

截至 2014 年末，精准阳光资产总计 16,180.26 万元，所有者权益 12,437.90 万元。2014 年度营业收入 15,433.70 万元，净利润 4,287.28 万元。

3、重要的合营、联营公司情况

截至 2015 年 9 月 30 日，发行人重要的联营公司 5 家，详细情况如下：

表 5-4 发行人合营公司和联营公司基本情况一览表

序号	合营、联营公司全称	注册地	业务性质	持股比例	表决权比例
1	上海易络客网络技术有限公司	上海	服务业	20%	20%
2	北京建飞科联科技有限公司	北京	服务业	23.04%	23.04%
3	陕西识代运筹信息科技有限公司	陕西	服务业	21%	21%
4	天津合创视际广告有限公司	天津	服务业	40%	40%
5	北京掌上云景科技有限公司	北京	服务业	24%	24%

(1) 上海易络客网络技术有限公司

上海易络客网络技术有限公司成立于 2011 年 7 月 7 日，注册资本 1128.9063 万人民币，经营范围：网络技术、多媒体系统专业领域内的技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让，计算机软件及电子产品的开发、销售，计算机系统集成，自有设备租赁（不得从事金融租赁），设计、制作各类广告，展览展示服务，公共关系服务，企业营销策划，文化艺术交流策划（除经纪），企业形象策划，会展会务服务。

截至 2014 年末，上海易络客网络技术有限公司资产总计 2,370.15 万元，负债总计 1,181.69 万元。2014 年度营业收入 220.40 万元，净利润-165.61 万元。

(2) 北京建飞科联科技有限公司

北京建飞科联科技有限公司创立于 2008 年，致力于针对高密度人群的大规模无线网络技术的应用研发和运营服务。主要业务包括大型无线网络建设运营、无线网络信息技术应用和数据咨询等服务。服务领域包括 20 余家机场、200 余家火车站、北京的公交枢纽地铁站、大型购物中心和超市。

截至 2014 年末，北京建飞科联科技有限公司资产总计 11,445.22 万元，负债总计 1,069.78 万元。2014 年度营业收入 1,534.83 万元，净利润 288.56 万元。

(3) 陕西识代运筹信息科技有限公司

陕西识代运筹信息科技有限公司成立于 2011 年 3 月 4 日，注册资本 312.8571 万人民币，经营范围：计算机信息工程的设计、开发；计算机软硬件及数据库项目开发产品的开发和销售；计算机网络安全技术开发；运筹科技开发。

截至 2014 年末，陕西识代运筹信息科技有限公司资产总计 280.63 万元，负债总计 100.70 万元。2014 年度营业收入 201.51 万元，净利润 47.64 万元。

(4) 天津合创视际广告有限公司

天津合创视际广告有限公司成立于 2014 年 12 月 17 日，注册资本 5000 万人民币，经营范围：设计、制作、代理、发布国内各类广告；企业形象策划；广告信息咨询。

(5) 北京掌上云景科技有限公司

北京掌上云景科技有限公司成立于 2014 年 12 月 17 日，注册资本 65.79 万人民币，经营范围：技术推广服务；组织文化艺术交流；承办展览展示；企业管理咨询；企业策划；会议服务；设计、制作、代理、发布广告；电脑图文设计；货物进出口；技术进出口；代理进出口；销售计算机、软件及辅助设备。

截至 2014 年末，北京掌上云景科技有限公司资产总计 837.60 万元，负债总计 322.84 万元。2014 年度营业收入 666.20 万元，净利润 100.68 万元。

六、 发行人控股股东及实际控制人基本情况

（一） 发行人控股股东和实际控制人情况介绍

2008 年 12 月 31 日，赵文权、陈良华、吴铁、许志平、孙陶然五人签署一致行动人协议，协议约定，赵文权、陈良华、吴铁、许志平、孙陶然在行使董事会、股东会表决权；向董事会、股东会提案权；行使董事、监事候选人提名权及保证所推荐的董事人选在董事会行使表决权时采取相同意思表示。截至募集说明书签署日，该一致行动人协议仍然有效。

自协议生效日起，赵文权、陈良华、吴铁、许志平、孙陶然五人为一致行动人，共同构成上市公司的实际控制人。截至 2015 年 9 月 30 日，赵文权、陈良华、吴铁、许志平、孙陶然合计持有 534,267,050 股股份，占公司现有总股本的 27.67%。发行人控股股东赵文权、陈良华、吴铁、许志平、孙陶然五人均无境外居留权。发行人主要股东间不存在任何关联关系。除陈良华外，公司其他四位实际控制人均在公司担任董事或高管，参与公司经营决策。

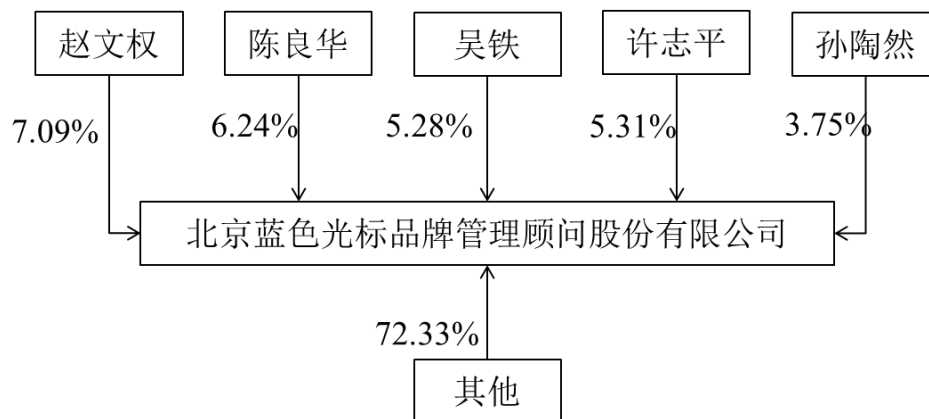
陈良华先生，中国国籍，1962 年生，博士学历，历任长城计算机集团部门经理，星际坐标市场顾问公司首席顾问，北京贯能管理咨询公司首席顾问，集略营销公司首席顾问；2004 至 2006 年任魔石咨询公司首席顾问，2007 年 9 月至今任智扬公关顾问机构首席顾问。2004 至 2007 年担任有限公司监事，2008 年担任股份公司监事会主席，2009 年 1 月至 2014 年 1 月任股份公司董事。

除陈良华外，其他四人的背景情况详见本节之“七、董事、监事、高级管理人员的基本情况”之“（一）个人简历”。

（二） 发行人及实际控制人的股权关系

截至募集说明书签署日，5 名自然人包括赵文权、陈良华、吴铁、许志平、孙陶然，共同构成发行人实际控制人，其与持有发行人的股权关系如下图：

图 5-2 发行人股权结构图



截至募集说明书签署日，控股股东及其它主要股东不存在重大权属纠纷情况。同时，公司实际控制人持有的股份中，共有 425,692,381 股处于质押状态，占公司现有总股本的 22.04%。

（三）公司实际控制人其它股权投资情况

公司实际控制人对外投资及在对外投资公司中拥有权益并担任职务情况如下：

表 5-5 实际控制人其它股权投资情况

姓名	对外投资公司名称	在对外投资公司中拥有权益情况	在对外投资公司任职情况
赵文权	无	无	无
陈良华	无	无	无
吴铁	北京朗哲基科技有限公司	吴铁持股 17.5%，其妻子华浪珊持股 82.5%	监事
许志平	无	无	无
孙陶然	拉卡拉支付有限公司	孙陶然持股 7.67%	董事长、总经理
	拉卡拉（北京）征信服务有限公司	无	执行董事、总经理
	考拉征信服务有限公司	无	执行董事、总经理
	广联达软件股份有限公司	无	独立董事

七、 发行人董事、监事、高级管理人员的基本情况

截至 2015 年 9 月 30 日，公司董事会由 9 人组成，其中董事长 1 人；公司监

事会由 3 人组成，其中监事会主席 1 人；高级管理人员由 7 人组成，其中总经理 1 人，副总经理 5 人，财务总监 1 人。公司相关高管人员设置符合《公司法》等相关法律法规及公司章程的要求。公司董事、监事及高级管理人员情况如下：

表 5-6 发行人董事、监事及高级管理人员情况表

序号	姓名	性别	年龄	学历	职务	任职到期日
1	赵文权	男	44	本科	董事长、总经理	2017 年 3 月
2	许志平	男	52	硕士	董事、董事会秘书、副总经理	2017 年 3 月
3	孙陶然	男	45	本科	董事	2017 年 3 月
4	吴铁	男	49	本科	董事	2017 年 3 月
5	毛宇辉	男	42	本科	董事、副总经理	2017 年 3 月
6	张向际	男	45	硕士	董事、副总经理	2017 年 3 月
7	徐冬根	男	53	博士	独立董事	2017 年 3 月
8	阎焱	男	57	硕士	独立董事	2017 年 3 月
9	冯晓	女	45	硕士	独立董事	2017 年 3 月
10	罗坚	男	46	硕士	监事会主席	2017 年 3 月
11	宋丹	女	45	博士	监事	2017 年 3 月
12	王宇	男	33	本科	职工监事	2017 年 3 月
13	张东	男	38	本科	财务总监	2017 年 3 月
14	熊剑	男	37	本科	副总经理	2017 年 3 月
15	郑泓	女	42	硕士	副总经理	2017 年 3 月

（一） 人员简历

1、公司董事

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（1994 年 1 月-1996 年 12 月）、雅宝拍卖网首席运营官（1999 年 1 月至 2000 年 12 月），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，北京 2008 年奥运会奥林匹克火炬接力火炬手；2003 年 1 月至 2007 年 12 月任蓝色光标公共关

系机构首席执行官，2008 年 1 月至今任股份公司总经理。2004 年 1 月至今担任公司董事，2008 年 1 月至今担任公司董事长。

许志平先生，中国国籍，1962 年生，硕士学历，高级工程师，1987 年 9 月-1996 年 12 月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；1996 年 12 月-1997 年 12 月任腾图华泰联合电子总经理；1997 年 12 月-2000 年 12 月任星际坐标市场顾问公司董事长，2001 年 1 月-2004 年 6 月任北京贯能管理咨询公司首席顾问，2004 年 6 月至 2007 年 12 月任蓝色光标公共关系机构首席财务官，2008 年 1 月至今任股份公司副总经理。2004 年至今担任公司董事，2012 年 1 月起获聘任为公司董事会秘书。

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（1991 年 7 月-1998 年 6 月），北京恒基伟业电子产品有限公司董事、常务副总裁（1998 年 7 月-2001 年 12 月），北京乾坤时尚电子公司首席执行官（2002 年 1 月-2004 年 12 月）。2005 年 1 月至今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，广联达软件股份有限公司独立董事。2004 年起担任有限公司董事，2008 年 1 月起担任股份公司董事。

吴铁先生，中国国籍，1965 年生，大学本科学历，历任用友软件公司副总经理（1990 年 2 月-1993 年 12 月），连邦软件公司总裁（1994 年 1 月-1999 年 12 月），雅宝拍卖网首席执行官（2000 年 9 月-2001 年 11 月）；2007 年至今担任公司董事。

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 月至今担任公司董事。

张向际先生，中国国籍，1969 年生，硕士学历。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，曾主持多家中国数家互联网企业上市审计工作。2005 年至 2012 年，就职于全球顶级投资机构工作，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，拥有丰富的国内外并购工作经验。2013 年起加入公司，主导公司并购事宜。

徐冬根先生，中国国籍，1961 年生，博士学历。1987 年 7 月至 2002 年 11 月，在华东政法学院任职，历任助教、讲师、副教授、教授职务；2002 年 12 月至今，任上海交通大学法学院教授。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。2014 年 3 月起担任公司独立董事。

阎焱先生，香港籍，1957 年出生，是赛富亚洲投资基金的创始管理合伙人，硕士研究生毕业。目前担任华润置地有限公司及复星国际有限公司独立非执行董事，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、摩比发展有限公司及雷士照明控股有限公司非执行董事，巨人网络有限公司独立执行董事，橡果国际、ATA 公司及深圳怡亚通供应链股份有限公司董事。1990 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 Sprint International Corporation 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董事、总经理及香港办主任。2014 年 3 月起担任公司独立董事。

冯晓女士，中国国籍，1969 年出生，无境外永久居留权，中共党员，硕士学历，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。1991 年 6 月至今，在浙江财经大学任职，历任助教、讲师、副教授、教授等职务。2014 年 3 月起担任公司独立董事。

2、公司监事

罗坚先生，中国国籍，1968 年生，硕士学历。罗坚先生 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。2010 年 6 月至今，任蓝色方略总经理。2014 年 3 月起担任公司监事会主席。

宋丹女士，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（1994 年 7 月-2000 年 8 月）、馆长办公室主任（1997 年 7 月-1998 年 8 月），北京中视联数字系统有限公司副总经理（2000 年 9 月-2005 年 9 月），现任北京大学软件与微电子学院管理与技术系讲师（2012 年 1 月至今）。2012 年 3 月至 2014 年 3 月担任公司监事会主席，2014 年 3 月起担任公司监事。

王宇先生，中国国籍，1981 年出生，本科学历。曾任北京创世奇迹广告有限公司客户总监（2004 年 7 月-2006 年 11 月），北京史努克广告有限公司总经理（2006 年 12 月-2010 年 7 月）。2010 年 7 月至今担任公司子公司北京思恩客广告有限公司总经理。2012 年 9 月至今担任公司职工代表监事。

3、高级管理人员

赵文权先生，现任公司总经理，简历参见本节公司董事简历中赵文权先生部分。

许志平先生，现任公司副总经理、董事会秘书、财务总监，简历参见本节公司董事简历中许志平先生部分。

毛宇辉先生，现任公司董事、副总经理，简历参见本节公司董事简历中毛宇辉先生部分。

张向际先生，现任公司董事、副总经理，简历参见本节公司董事简历中张向际先生部分。

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，现任公司财务总监，管理公司财务事务及协助海外投资等事宜。

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。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。目前担任蓝色光标传播集团首席数字官。

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。

（二）董事、高级管理人员持有发行人股份及债券情况

表 5-7 截至 2015 年 9 月 30 日公司董事、监事、高级管理人员持有公司股份及债券情况

任职人员姓名	持有公司股份数量（股）	持有公司债券数量（万元）
赵文权	136,907,714	0
许志平	102,514,730	0
孙陶然	72,479,708	0
吴铁	101,915,223	0
毛宇辉	10,050,432	0
张向际	1,199,003	0
徐冬根	0	0
阎焱	0	0
冯晓	0	0
罗坚	0	0
宋丹	0	0
王宇	0	0
张东	399,667	0
熊剑	1,798,505	0
郑泓	953,607	0

（三）董事、监事及高级管理人员兼职情况

截至 2015 年 9 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：

表 5-8 截至 2015 年 9 月 30 日公司董事、监事、高级管理人员兼职情况

姓名	在公司担任职务	兼职单位名称	兼职职务
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
		天津喜马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

八、 发行人主营业务情况

（一） 发行人经营范围

根据公司营业执照，公司经营范围为：许可经营项目：无；一般经营项目：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。

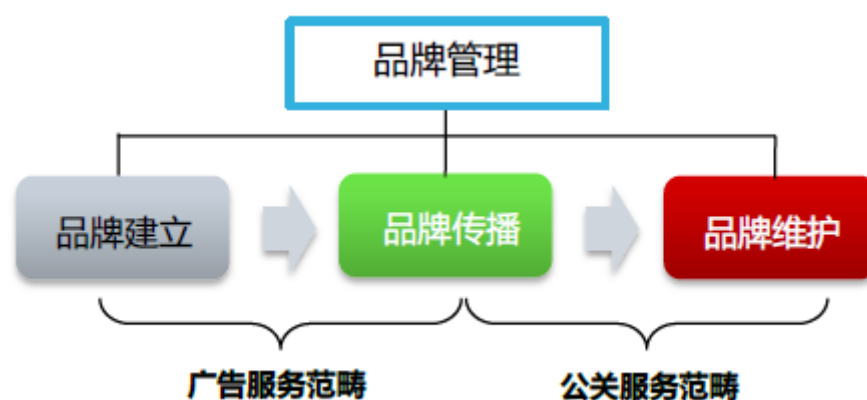
（二） 发行人主营业务概况

公司的主营业务是为企业提供品牌管理服务，可具体分为公共关系服务和广告服务两种服务类型，其提供服务的主要内容包括广告策划及代理、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。发行人公共关系服务的客户主要集中在信息技术、汽车、消费品制造等行业，而广告服务业务的客户主要来自消费品、游戏互联网、汽车、房地产、信息技术等行业。

品牌管理是通过全面统筹的策划，对企业品牌施加一系列合理科学的管理活动，以提升其品牌的价值影响力，从而扩大企业市场份额，树立企业形象。品牌管理从阶段上分具体包括品牌建立、品牌传播和品牌维护。品牌建立是从无到有的品牌形成，树立企业旗帜，形成企业自身的归属感；品牌传播是指从小到大的品牌培育，是企业特色载体的传承；品牌维护则是良好形象的保持，是优质品质的延续，对于已建立的品牌来说，品牌维护就是通过各种手段，加强品牌与消费者的沟通，增加品牌的美誉度，提高消费者对品牌的忠诚度，从而提升品牌的价值。广告和公共关系作为服务工具在品牌建设不同阶段都能发挥作用，但侧重有所不同。其中广告在品牌建立和品牌传播的初始阶段起主要作用，而公共关系

则在品牌建立以后的品牌传播和品牌维护方面发挥重要作用。

图 5-3 广告服务与公关服务不同范畴



作为国内首家上市的公关公司，蓝色光标积累了大量的媒体资源和众多的优质客户资源，目前已经发展成为中国公共关系行业的领先企业。2011 年，公司相继收购了思恩客和精准阳光，2012 年，公司收购今久广告 100% 股权，公司通过收购上述公司打造了包括广告、公共关系服务等在内的营销传播服务链，初步形成涵盖广告、公共关系服务等在内的现代传播集团架构。2013 年，公司收购西藏山南东方博杰广告公司，增加在电视媒体广告承包代理和影院数码海报广告领域的服务内容，从而使原有的以公共关系、广告服务为主的传播服务链条得以进一步完善。目前公司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，正在向一流传播集团的目标稳步迈进。

如无特别说明，本章所引用的财务数据均来自于公司最近三年及一期的合并报表。

表 5-9 最近三年及一期发行人主营业务收入情况

单位：万元

业务板块	2015 年 1-9 月		2014 年		2013 年		2012 年	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
公关业务	308,047.93	53.28%	280,895.33	47.02%	195,522.82	54.55%	118,657.57	54.55%
广告业务	264,604.27	45.76%	314,003.68	52.56%	162,231.73	45.27%	98,855.87	45.45%
销售业务	5,536.26	0.96%	2,499.64	0.42%	640.88	0.18%	-	-

合计	578,188.46	100.00%	597,398.65	100.00%	358,395.43	100.00%	217,513.44	100.00%
----	------------	---------	------------	---------	------------	---------	------------	---------

注：销售业务主要是在客户举办的会展活动中为客户提供定制产品，如数码商品等，该类业务在总体业务收入和成本中占比很小。

最近三年及一期，公司主营业务收入分别为 217,513.44 万元、358,395.43 万元、597,398.65 万元和 578,188.46 万元，主营业务收入保持了较快的增长势头。其中 2013 年较 2012 年增加 140,881.99 万元，增幅达 64.77%，2014 年较 2013 年增加 239,003.22 万元，增幅达 66.69%。最近三年内公司主营业务收入实现了较快增长，反映了公司所处的公共关系及广告行业的发展空间较大及公司自身实力的快速增强。

具体而言，由于公司率先在公关行业领域进行全面布局，不断维护和争取大型客户，近年来公关业务收入出现跨越式增长，最近三年及一期，公关业务收入分别为 118,657.57 万元、195,522.82 万元、280,895.33 万元和 308,047.93 万元。报告期内公司公关业务收入增长幅度较大，主要系公司通过多年来在行业内的累积，品牌知名度逐步提升，客户源逐步增大。最近三年，公司公共关系服务合同总量分别为 1,843 份、2,132 份和 2,542 份，单合同平均价格分别为 68.07 万元、93.38 万元和 117.13 万元，合同数量和单价的增加共同推动公司公共关系业务业绩的上升。最近三年，公司公共关系业务前五大客户销售占比分别为 39.34%、34.97%和 41.40%。最近三年，公司公共关系业务前 5 大客户基本保持不变，因各年业务的变动导致前五大客户的相对排名有所变动，但公司最近三年的前八大客户保持不变，客户资源比较稳定。

公司最近三年及一期广告业务收入分别为 98,855.87 万元、162,231.73 万元、314,003.68 万元和 264,604.27 万元。通过对行业内广告公司标的的并购，公司广告业务稳步发展。

业务发展方面，公司自设立起即专注于为客户提供品牌管理服务，公司对业内优质广告公司，包括思恩客、精准阳光、今久广告、博杰广告等的收购，使公司形成了涵盖广告、公共关系服务在内的传播集团架构。

表 5-10 最近三年公司主营业务收入分地区情况

单位：万元

地区名称	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
北京	336,618.45	56.35%	160,301.44	44.73%	126,464.06	58.24%
上海	80,406.93	13.46%	127,684.02	35.63%	79,933.79	36.81%
广州	25,132.71	4.21%	18,615.00	5.19%	10,500.33	4.84%
西藏	110,124.01	18.43%	50,003.73	13.95%	-	-
其他	45,116.55	7.55%	1,791.24	0.50%	228.25	0.11%
合计	597,398.65	100.00%	358,395.43	100.00%	217,126.43	100.00%

最近三年内，公司主营业务收入分地区来看，主要集中在北京、上海、西藏这三个的地区，前述三个地区合计营业收入占公司主营业务收入的比例分别达到 94.89%、94.31%和 88.24%。西藏地区收入主要由公司 2013 年收购的西藏山南东方博杰广告有限公司形成，该公司是一家注册在西藏山南地区的广告公司，主营业务为电视媒体广告承包代理业务。西藏山南东方博杰广告有限公司的注册地选择一定程度上是考虑到西藏地区所得税的优惠政策，该公司的实际业务经营活动主要在北京。

表 5-11 最近三年主营业务成本分地区情况

单位：万元

地区名称	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	营业成本	占比	营业成本	占比	营业成本	占比
北京	252,425.55	61.86%	102,130.69	43.52%	80,352.80	57.13%
上海	38,274.09	9.38%	86,138.89	36.70%	53,258.85	37.87%
广州	16,321.96	4.00%	11,479.25	4.89%	6,817.68	4.85%
西藏	71,963.23	17.64%	34,021.28	14.50%	-	-
其他	29,072.04	7.12%	923.11	0.39%	215.40	0.15%
合计	408,056.87	100.00%	234,693.23	100.00%	140,644.74	100.00%

最近三年，公司主营业务成本分地区来看，主营业务成本集中在北京、上海地区和西藏地区，和公司主营业务收入保持一致。

表 5-12 发行人主营业务成本细分情况

单位：万元

2014 年主营业务成本	金额
广告发布成本	277,941.49
服务采购成本	78,322.08
会议成本	31,570.39
人员成本	15,193.28
商品销售成本	2,118.81
其他	2,910.82

发行人从事的品牌管理业务主要内容包括广告策划及代理、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，因此其主营业务成本对应主要包括广告发布、购买服务、会议场地、租用媒介、人员差旅和交通补贴等，其中广告发布、购买服务和会议场地三项占比较高，2014 年分别占当年主营业务成本的 68.11%、19.19%和 7.74%，合计占到总成本的 95%左右。

表 5-13 最近三年及一期发行人主营业务毛利情况

单位：万元

项目	2015 年 1-9 月		2014 年		2013 年		2012 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
公关业务	106,182.80	66.82%	127,281.07	67.22%	84,645.54	68.43%	54,741.62	71.21%
广告业务	52,482.47	33.03%	61,687.14	32.58%	38,897.92	31.44%	22,127.08	28.79%
销售业务	241.73	0.15%	373.57	0.20%	158.74	0.13%	-	-
合计	158,907.00	100.00%	189,341.78	100.00%	123,702.20	100.00%	76,868.70	100.00%

最近三年及一期，公关业务毛利占比分别 71.21%、68.43%、67.22%和 66.82%，广告业务毛利占比分别为 28.79%、31.44%、32.58%和 33.03%。由于广告业务采取的是从客户收取费用后支付给采购媒体，再以月结或年结方式，从采购媒体收

取返点的方式获取收入。故从毛利来看，广告业务创造的毛利额会较低。公司主营业务为向客户提供品牌管理服务，公关及广告或其他的传播方式都是品牌管理的方式。

表 5-14 最近三年及一期发行人主营业务毛利率情况

项目	2015 年 1-9 月	2014 年	2013 年	2012 年
公关业务	34.47%	45.31%	43.29%	46.13%
广告业务	19.83%	19.65%	23.98%	22.38%
销售业务	4.37%	14.95%	24.77%	-
合计	27.47%	31.69%	34.52%	35.34%

最近三年及一期，公司公共关系服务业务的毛利率分别为 46.13%、43.29%、45.31%和 34.47%，2015 年 1-9 月公关业务毛利率出现了大幅下滑，一方面系因为公司人力成本上升较明显，公司外购服务成本上升，另一方面系因为公司 2015 年新增境外公司 Vision 7 International INC.，由于该公司的毛利率水平较低，使得公共关系服务业务整体毛利率水平有所下降。

最近三年及一期，公司广告业务毛利率分别为 22.38%、23.98%、19.65%和 19.83%，广告业务因其业务特点，毛利率相对较低，2014 年广告业务毛利率较 2013 年末下降 4.32 个百分点，主要系公司广告业务收入主要来源于公司子公司西藏博杰，因广告市场化程度较高，公司数量多竞争激烈，公司为提高市场占有率，在一定范围内降低价格以扩大市场份额；同时因近年来人力成本的提高，公司为吸引优质广告业务人才提高了薪酬，两方面因素共同导致公司广告业务毛利率的下降。

最近三年，公司综合毛利率较为稳定，波动主要是由市场波动引起的微小变动。

（三） 发行人所处行业状况

1、公共关系行业

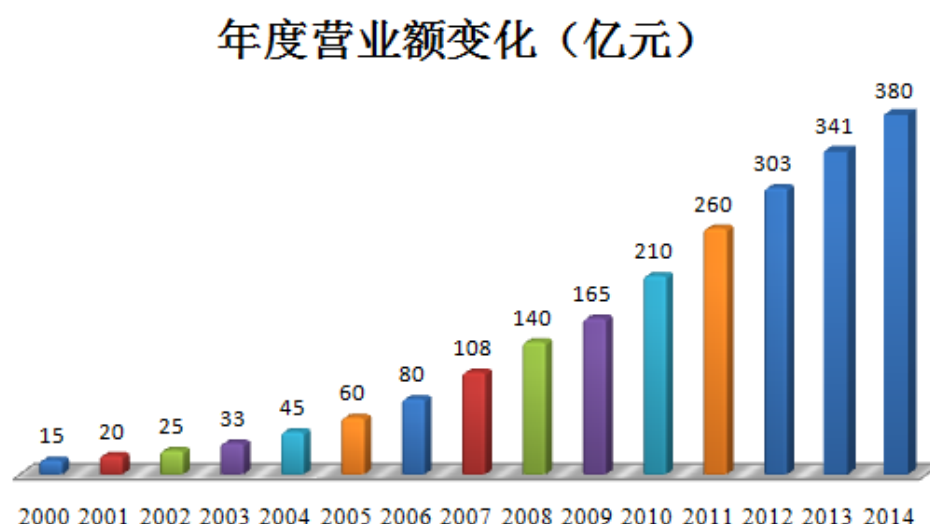
（1）公共关系行业概况

公司所处行业为公共关系行业，属于现代服务业。公共关系是社会分工的必

然产物。随着市场经济的深入发展，促使社会分工向着更高的专业化程度方向演化与发展，带来了更加细化深入的社会分工，一方面要求社会组织之间要积极增加横向经济联系，利用相互合作、平等互利的良好横向网状关系，以推动和维系自身的发展，另一方面公共关系这一细化分工也由此产生了，尤其是现代商品经济，提升品牌形象，加强公众沟通，成了企业成败的关键，这就直接促成了公共关系的兴起。

公共关系行业在我国的发展历史不长，但公共关系市场发展迅速，公共关系已经全面渗透到我国经济生活的方方面面。经过短短二十多年的发展，公共关系行业已初具规模，市场需求逐步扩大，营业收入逐年增长，未来发展潜力巨大。

图 5-4 2000-2014 年中国公关市场年营业额比较图



根据中国国际公共关系协会《中国公共关系业 2014 年度调查报告》，2000 年国内公共关系市场营业收入仅为 15 亿元，2007 年突破 100 亿元，2012 年超过 300 亿元，2014 年营业收入达到 380 亿元，整个市场保持着良好的发展势头。根据上述数据，2001-2014 年国内公关市场的年平均增长速度为 26.25% 左右，远高于同期国内生产总值（GDP）的增幅。特别是在金融危机时期的 2008、2009 年，公共关系行业依然高速增长，增长率分别达到 29.63%、20.00%。

（2）行业管理体制和主要法律法规

我国公共关系行业的管理体制是在社会主义市场经济下，遵循市场化发展模

式的市场调节管理机制。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，现有自律管理机构——中国公共关系协会和中国国际公共关系协会。

中国公共关系协会成立于 1987 年，由公共关系专业机构、新闻媒体、教育、科研机构、政府等有关机构和企业界人士自愿组成，经民政部核准登记成立的全国性社会团体法人。中国国际公共关系协会成立于 1991 年，是具有社会团体法人地位的全国性涉外专业组织，2009 年 6 月 23 日获得民政部“行业协会”认证资质。该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，为我国的改革开放和经济建设服务。

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：

1) 2002 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。

2) 2003 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。

3) 2004 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。

另外，公共关系行业属于现代服务业，享受国家有关现代服务业的产业优惠政策。

“十二五”规划明确提出：要把推动服务业大发展作为产业结构优化升级的战略重点，深刻理解加快发展服务业对转变方式、调结构的重要战略意义，适应产业

结构优化升级新要求，全力推进我国服务业现代化进程，开创服务业大发展的新局面。目前有关鼓励现代服务业发展的相关政策如下：

表 5-15 近年来鼓励现代服务业发展的主要政策

主要政策	发布时间	发布部门
《关于加快发展服务业的若干意见》	2007.3.19	国务院
《关于加快发展服务业的若干政策措施的实施意见》	2008.3.13	国务院
《关于金融支持服务业加快发展的若干意见》	2008.3.19	人民银行等
《文化产业振兴规划》	2009.7.22	国务院
《服务业发展“十二五”规划》	2012.12.12	国务院
《国务院关于加快发展生产性服务业促进产业结构调整升级的指导意见》	2014.7.28	国务院
《关于促进服务外包产业加快发展的意见》	2014.12.24	国务院

（3）公共关系行业特点

1) 行业增长迅速

我国公共关系市场发展迅速，营业收入逐年增长。2001 年至 2014 年我国国内生产总值的平均增长速度为 9.79%，同期公共关系行业年营业额平均增长速度为 26.25%，远远高于国内生产总值的增长速度。

表 5-16 公共关系营业收入与国内生产总值比较

年度	国内生产总值		公共关系营业收入	
	规模（亿元）	年增长速度	规模（亿元）	年增长速度
2001 年	109,655.2	8.3%	20	33.33%
2002 年	120,332.7	9.1%	25	25.00%
2003 年	135,822.8	10.0%	33	32.00%
2004 年	159,878.3	10.1%	45	36.36%
2005 年	184,937.4	11.3%	60	33.33%
2006 年	216,314.4	12.7%	80	33.33%
2007 年	265,810.3	14.2%	108	35.00%
2008 年	314,045.4	9.6%	140	29.63%

年度	国内生产总值		公共关系营业收入	
	规模（亿元）	年增长速度	规模（亿元）	年增长速度
2009 年	340,506.9	9.1%	168	20.00%
2010 年	401,513.0	10.4%	210	25.00%
2011 年	472,881.6	9.3%	260	23.81%
2012 年	519,322.1	7.8%	303	16.54%
2013 年	588,018.8	7.7%	341	12.54%
2014 年	636,462.7	7.4%	380	11.44%
年平均	--	9.79%	--	26.25%

注：GDP数据来源于国家统计局，已扣除通货膨胀因素；公共关系专业数据来源于《中国公共关系业2014年度调查报告》。

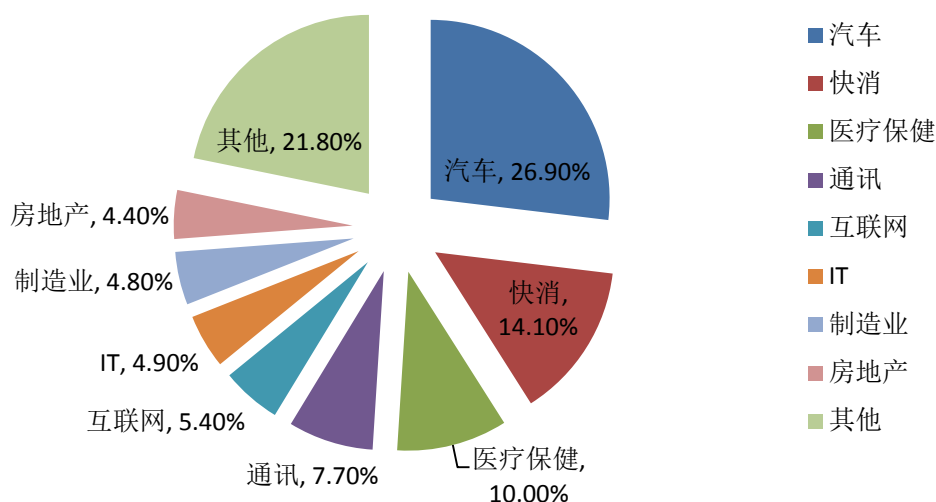
2) 专业人才缺乏、流动率较高

目前国内公共关系专业人才较为短缺，特别是中高级专业人员的严重紧缺制约着行业的快速发展，同时这也导致行业人员的流动率较高。根据《中国公共关系业 2014 年度调查报告》，2014 年业内综合实力前 25 的外资公司和内资公司人员的流动率为 26%，员工的平均留任时间仅为 3 年，行业专业人员的流动率较高。

3) 客户所处行业出现扩散化趋势

随着我国现代经济的发展，国内对公共关系的需求也逐渐增加，目前耐用消费品、快速消费品、医疗保健、通讯和互联网行业对公共关系的需求较为显著，前五大领域的需求占公共关系市场总需求的为 64.10%。根据《中国公共关系业 2014 年度调查报告》，汽车、快速消费、医疗保健、通讯和互联网位列 2014 年度公共关系服务市场的前五位，市场份额分别为 26.9%、14.1%、10%、7.7%和 5.4%，其他如 IT、制造业、房地产、等占 35.9%。与前几年相比，汽车、快速消费品市场比例没有太大变化，依然占据行业的前两位，但医疗保健（2013 年占 3.3%）和互联网行业(2013 年占 3.2%)所占比例增长较快，尤其是医疗保健发展迅猛，表明了该行业的公关支出急剧增长。从长期看，医疗保健、互联网行业的公关需求仍将持续上升。

图 5-5 公关服务的客户行业分布



4) 客户服务区域不断扩展

在地域分布上，尽管北京、上海、广州等一线城市依然是中国公关行业最为集中的地区，但一些颇具潜力的二线城市，如成都、南京、西安、武汉、厦门、沈阳等，正逐步成为快速发展且具有巨大潜力的市场。由于这些地区具有一定的经济、商业实力，随着对公关的认识越来越深入，公关需求正在快速上升。加上这些城市与一线城市相比，具有人力成本优势，因此，一些全国性公关公司正在加速二线城市的布局，这对提升整个公共关系行业的影响力，将起到很大的推动作用。

5) 政府和非盈利机构公关需求上升势头加快

在客户性质上，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，同时也服务于政府机构，比如奥运会、世博会等，而很少对个人提供公共关系服务。

随着国家形象传播的推进，城市品牌塑造也越来越受重视。相关职能部门、地方政府对公共关系的重视程度正在不断增强，并且开始越来越多地使用公关这个专业服务手段。

6) 国际公关公司在中国的业务保持了稳定增长

与国内公司不同，国际公司的主营业务基本上是顾问咨询服务。国际性公司

网络公关客户的主要需求为舆情监测、危机处理、产品推广及企业传播业务。国际性公司得益于全球化布局，因此营业成本控制较好，服务执行效率较高。另外，这些公司的年签约客户数及连续签约客户数保持稳定。

（4）公共关系行业竞争格局及市场化程度

1）行业竞争加剧

2014 年，随着传播环境和方式的变革，营销模式和手段已悄然进入公关领域，而广告和营销行业也借助公关的特点，富有创意性地宣传和推广产品，并借此为企业树形象、创品牌，这一变化导致行业之间的边界越来越模糊、竞争越来越激烈。

2）行业并购成为常态

跨行业以及行业内部的并购将成为常态。2014 年 6 月，华谊嘉信以发行股份和支付现金相结合的方式购买迪思传媒 100%股份，估值 4.6 亿元；同年 9 月，深圳市联建光电股份有限公司发布公告，以现金及发行股份方式收购上海友拓公关顾问有限公司，交易作价为 4.6 亿元；未来公关行业的格局将是实力强大的公关传播集团开始形成，而中小型公关公司则将利用自身优势，走上更加专业化的道路。

3）呈“内资—外资”两大竞争阵营格局

我国公共关系市场呈现“内资—外资”的竞争格局。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，在国内市场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。

（5）公共关系行业发展趋势

公共关系行业在中国仍属新兴行业，处于行业快速发展阶段。根据《中国公共关系业 2014 年度调查报告》，随着全球经济转暖和我国经济快速增长，公共关

系市场再次迎来快速增长的发展势头。据估测，整个市场的年营业规模约为 380 亿元人民币左右，年增长率为 11.5%左右。

未来中国公共关系市场仍将保持快速增长，主要因为以下因素：

1) 中国经济增长，消费升级及市场竞争日趋激烈，企业用于市场营销方面的支出保持快速增长态势，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) 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，二者的传播手段有渐趋融合之势，这就为公共关系服务市场的发展提供了前所未有的机遇。

3) 中国营销传播服务行业中，由于公共关系行业在我国的发展历史较短，多数国内企业对公共关系服务认知度和重视程度较低。但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识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，在企业营销支出中的比例稳步提升。

因此，中国公共关系行业在数字时代仍将面临着难得的市场机遇。

(6) 公共关系行业面临的挑战与机遇

随着社会对公共关系需求的不断增加，公关行业服务领域将越来越广泛，越来越深入，公关公司和从业人员施展才华的机会越来越多，行业发展的机遇将更多，特别是城市的公共关系服务需求将成为新的增长点。但行业面临的挑战也是巨大的。

第一，人才问题仍然是影响行业发展的瓶颈。由于行业整体稳定增长带来的人才需求，与 2013 年相比，中国公关市场人才专业化问题，并没有得到缓解。2014 年，尽管人才无序流动的势头稍微放缓，但人才问题依然困扰着公关行业。另外，2014 年公关行业人力资源成本上升较快，也给公关公司带来了一定的压

力。

第二,大数据挖掘和应用更加深入。互联网时代,大数据深刻影响行业变革,微博、微信、微视频等传播手段以及营销模式层出不穷。网上信息的精准抓取满足了客户个性化的需求,也让大数据开发和应用能够大展拳脚。公关行业与传播手段联系最为紧密,如何应对、如何转型、如何创新,关系着行业的生存和发展。

第三,随着传播环境的变化,公关模式的变化,行业内部、行业之间出现了激烈的竞争态势。变革将伴随公关行业未来相当长一段时间,变革将给行业带来巨大挑战。另外,随着广告、营销等行业的介入,企业对公关公司服务质量的要求将会越来越高,因此,公关行业必须要在创新中求发展。

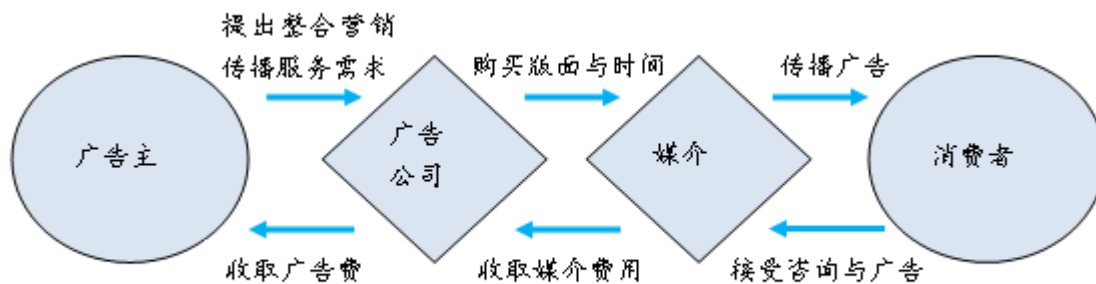
2、广告行业

(1) 广告行业概况

广告产业是指以提供广告服务为专门职业,接受客户委托,专业从事品牌规划、品牌策划,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。按英国等西方发达国家以及日韩和港台地区通常所采用的创意产业定义,广告业属创意产业的一个重要组成部分,为包括我国政府在内的世界各国政府大力提倡发展。

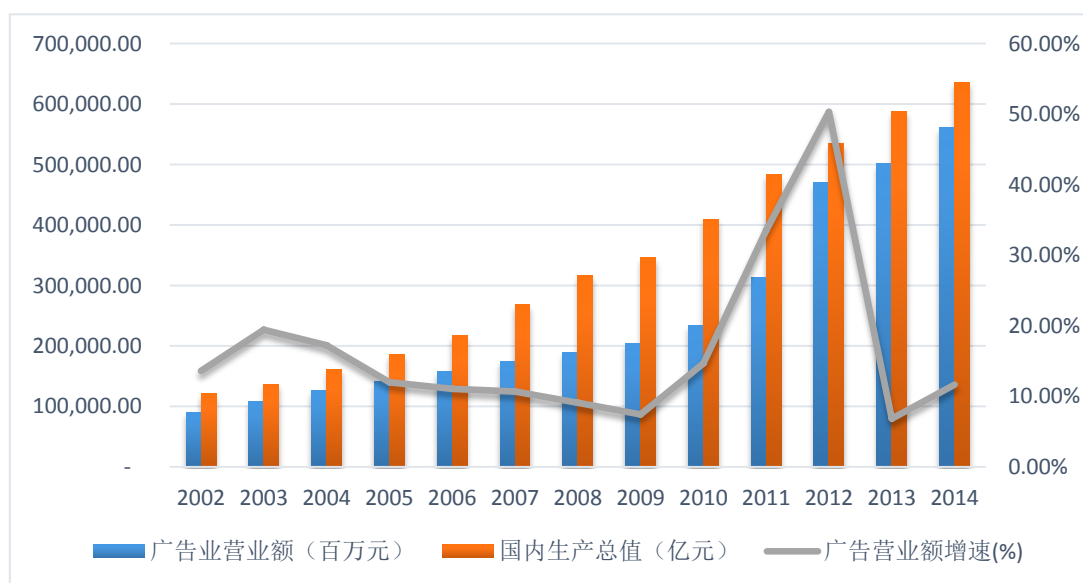
基于行业产业链分析,广告行业涉及广告主、广告公司、广告媒介和消费者四大参与主体,其中广告公司在产业链中处于中介地位,通过收取广告费、支付媒介费获取差价收入,其基本职责是为广告主和广告媒介提供双向代理服务。基于代理服务对象的不同,广告公司可划分为客户代理和媒介代理两类主体,一方面,广告公司与上游广告主建立广告代理关系,帮助广告主开展市场调查、提供市场预测、确定广告目标、锁定广告媒介,并依据广告主需求进行广告策划和创意,完成广告作品的设计与制作;另一方面,广告公司与下游广告媒介建立广告代理关系,一般采取买断或代理销售模式取得广告媒介资源,挖掘和推广媒介广告价值,并销售给广告主以发布广告,从而将广告信息传递给消费者,最终实现广告目标。

图 5-6 广告产业链



经过三十多年的发展，我国广告市场迅速成长为一个充满生机和活力的市场，成为全球广告市场增长最快的国家之一。根据国家工商行政管理总局的统计数据，2012 年，全国广告营业额达到 4,698.28 亿元，创造了我国自广告业恢复以来的最大增加值，上涨幅度达 50.32%，为自 1993 年以来的最大增幅。2013 年中国广告营业总额达到 5,019.75 亿元，较上年增长 6.84%，增幅有所回落。2014 年中国广告经营额再创新高，达到 5,605.60 亿元，比上一年增长 11.67%，增幅达到两位数水平。2002-2014 年，我国广告营业额年均增速达 16.74%，高于同期 GDP 年均增长率。同时，我国广告市场规模在世界市场上的排名不断提升，2014 年居世界第二位，仅次于美国。

图 5-7 2002-2014 年中国广告业营业额



数据来源：中国广告协会、《现代广告》

从广告市场规模的 GDP 占比来看，我国广告市场具有巨大的发展潜力。美

国等发达国家广告市场规模占 GDP 的比例均在 2%以上，受经济发展、营销方式和消费习惯等因素的制约，我国广告行业起步较晚，目前广告市场规模占 GDP 的比例尚不足 1%，2014 年广告营业额在 GDP 的占比为 0.9%。随着我国国民经济的增长，居民消费水平的提高，企业营销及广告投入力度的加大，未来的中国广告市场必将迎来行业发展的良好时代。

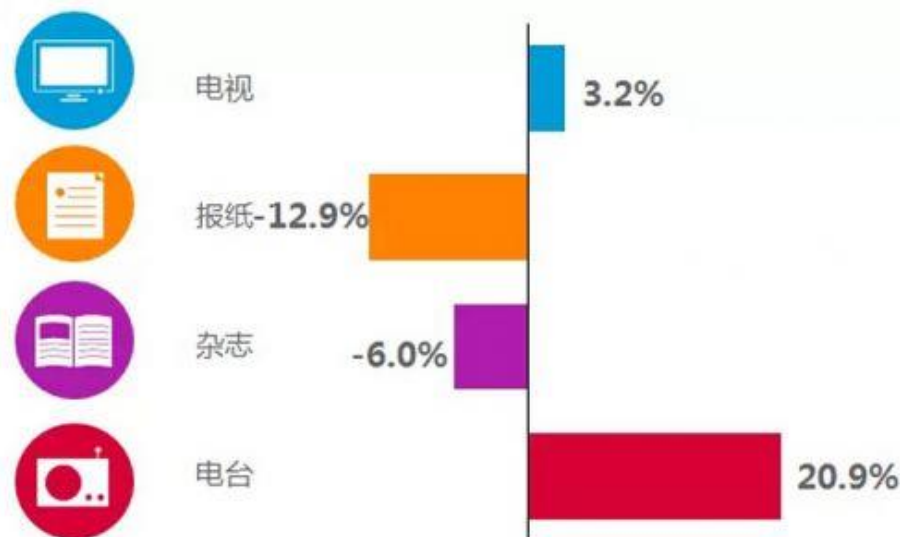
图 5-8 2013-2014 全国广告市场月度投放变化



数据来源：中国广告协会、《现代广告》

广告媒体按照传播载体的不同，可主要划分为电视媒体、报纸媒体、广播媒体和期刊媒体等不同类型，近年来，各媒体类型的广告投放份额较为稳定，其中电视媒体长期占据我国广告市场的最大份额，一直倍受广告主青睐。

图 5-9 2013-2014 年主要媒体广告经营额同比变化



数据来源：尼尔森网联全媒体广告监测，包括电视、报纸、杂志、电台
数据日期：2014年1月-12月， 同比日期：2013年1月-12月

数据来源：中国广告协会、《现代广告》

网络、手机短信等新兴媒体的崛起加剧了媒体市场的竞争，主要表现为信息和内容传播的载体和媒体终端不断创新和丰富，潜在的广告位不断增多，同时内容碎片化，受众细分化，传统媒体面临目标受众分流问题。但鉴于传统媒体已为广告主和消费者长期接受和认可，且较新兴媒体拥有更高的美誉度和信赖度，整体而言，传统媒体的市场份额依然稳定，新媒体作为传统媒体的有益补充，为广告主构建了新的传播平台，有力促进了广告传播领域的扩展。

（2）行业的管理体制和主要法律法规

目前，我国广告行业实行政府监管与行业自律相结合的管理机制。我国广告行业的主管部门是国家工商行政管理总局，主要负责广告发布活动和广告经营活动的监督管理工作。我国广告行业的自律管理机构主要包括中国广告协会、中国商务广告协会、中国商务广告协会综合代理专业委员会等。

此外，国家广播电影电视总局、国家新闻出版总署以及各级交通、城建和环保部门等分别对电视媒体广告、报纸及期刊广告以及户外广告拥有部分监管职能。特殊行业和产品的广告，如药品行业、化妆品行业等，还应经过相关行政主管部门审核。

我国广告行业的管理体系主要包括《中华人民共和国广告法》、《广告管理条例》以及国家工商行政管理规章和有关职能部门发布的关于广告管理的规范性文件，地方政府根据国家法律法规制定的适用于本地管理的地方法规和规章。上述法律法规及规章制度对广告经营单位的经营管理、广告内容与广告表现、广告审查以及专门针对特殊行业的广告要求等方面进行了规范。《中国广告行业自律规则》则详细规定了广告内容、广告行为应遵循的一般原则和限制性要求，并明确了相关的自律措施。

工商行政管理部门负责监管广告公司的登记管理和行政许可。一方面，工商行政管理部门对广告代理经营单位的经营条件进行审核，向符合设立条件的广告公司颁发《企业法人营业执照》，明确经营范围；另一方面，工商行政管理部门对兼营广告业务的广播电台、电视台、报刊出版单位，事业单位以及其他法律、行政法规规定的应当办理广告经营许可登记的单位，实行行政许可制度，对于符合申请条件的，向其颁发《广告经营许可证》。广告经营者承办或者代理广告业务，应当查验证明，审查广告内容。对违反相关管理条例规定的广告，不得刊播、设置、张贴。工商行政管理部门会进行必要的监测，对造成不良社会影响及违法违规的广告按照相关规定进行处理。

(3) 广告行业特点

1) 周期性特征

广告行业的波动周期与宏观经济运行周期基本一致，并受广告主所处行业景气度的影响。广告行业市场规模主要受广告主广告预算的影响，而广告预算一般与广告主历史销售业绩、未来经营目标、经营战略、所处行业的发展状况等因素联系，因此广告主所处行业的景气度在很大程度上影响了广告市场规模。

2) 季节性特征

不同行业的广告投放规模一般与行业产品特性、销售策略、销售季节性相匹配。据调查，对绝大多数广告主而言，四季度及春节后的第一季度都是其产品的销售高峰期，6月至8月、以及2月份则为销售淡季，因此广告投放也相应呈现出季节性波动特征。

3) 区域性特征

鉴于目前我国经济发展格局仍然呈现出东部沿海地区和西部内陆地区较不均衡的局面，因此规模较大的广告主、广告媒体、广告公司以及消费能力较高的广告目标人群多集中于沿海城市以及一二线省会城市，导致不同地区广告发展不平衡现象突出。不过由于电视、广播以及互联网等新媒体传播覆盖范围较广，广告公司所能服务客户的范围并无明显的地域局限性。

(4) 广告行业竞争格局及市场化程度

报纸广告收入连续 4 年下降，2014 年的下降幅度更是达到 15%，与此同时，网络广告收入和网络游戏收入的增长速度尽管有所放缓，但仍保持了较高的增长，特别是网络广告收入首次超过电视广告，收入规模超过 1500 亿元。

广告行业进入门槛低，参与广告市场竞争的企业众多但大多规模较小，行业低端市场竞争激烈，基本处于完全竞争状态。1998 年至 2008 年，我国广告公司数量由 3.3 万户发展到 11.73 万户，年均增长了 13.52%。根据国家工商行政管理总局公布的数据，截至 2013 年底，全国广告公司数量达到 44.5 万户，较上一年增长了 17.9%，广告从业人员达到 262.2 万人，较上一年增长了 20.4%。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占主导地位。这些大型综合性广告公司（国际和国内 4A 广告公司）由于可以从企业战略规划到广告活动实施各个环节，运用“整合营销传播”为广告主提供全面服务，所以越来越得到广告主青睐。根据《2014 年中国广告业生态调查报告》，在整体经济增速回落的市场环境下，广告公司正在摆脱粗放型增长的陈旧方式，积极寻求结构转型，谋求更快的发展。部分有实力的广告公司主动尝试由内生式增长向外延式增长转变，通过并购或整合一些有资源的中小型企业，形成优势互补和协同效应。目前，国内的广告公司在经营业态上已经出现了比较明显的分化。虽然参与者众多，但行业集中度较高，一些拥有资本和规模优势的公司不断收购兼并其他广告公司或拓展分支机构，规模不断扩张。在近几年的中国广告企业（非媒体服务类）广告营业额前 20 强名中，主要为国际 4A 在中国

的合资公司以及几个国内广告公司，市场较为集中。

(5) 广告行业发展趋势

1) 广告业的竞争在规模和专业领域呈现两极分化趋势

目前，国内的广告公司在经营业态上已经出现了比较明显的分化。这主要表现在以下两个层面：一是在分工领域，出现了依靠某种专业优势或媒体资源优势，以广告产业链条中某一环节为主业的公司，如专门的设计、制作公司、专门的媒体依托型公司等；二是在产业层面上，广告行业集中度开始改变，一些拥有资本和规模优势的公司不断收购兼并其他广告公司或拓展分支机构，规模不断扩张。

2) 数字化技术成为影响广告业发展的重要力量

伴随互联网的兴起和不断发展，网络媒介、数字媒介正在全面进入广告市场。网络、手机、数字电视、商务楼宇广告、公共空间电子媒介等已得到越来越多的广告主认可，新媒介和新技术催生了以精准传播、互动营销、分众传播、定位传播等为主要传播形式的广告市场，成为未来广告业的重要增长点。

随着数字化技术日益成熟，广告主对精准营销的效果评估愈加重视。广告投放效果评估成为广告公司之间竞争的又一重要指标。为更好的满足消费者的需求，更好的实施以用户为导向的营销服务，开展互动营销，资金实力雄厚的广告公司纷纷运用数字化技术，构建自身的知识平台、数据平台和服务体系。这种系统的实施为能为广告企业的品牌管理业务提供基础的数据和工具平台，提高公司品牌管理业务的工作效率和质量。

3) 行业将越来越重视资本运作

现代广告行业在中国发展历程较短，广告公司发展积累较少。面对资金雄厚的国际竞争对手，国内广告公司纷纷通过资本运作之路，借助资本市场的力量来迅速提升其经营规模优势和竞争优势。

4) 互联网广告高速增长

中国互联网广告规模在未来几年仍将保持高速增长（增速在 20%以上），增速要高于整体广告行业（增速 10%左右）一倍。智能手机的普及和通信网络的完

善，加速移动广告的爆发。预计 2015 年移动广告市场增幅大约在 80%，远高于整体广告行业增幅。在移动端有布局特别是移动端积累了众多用户的互联网公司，将极大受益。展示广告是互联网广告中占比最高的部分，而程序化购买是展示广告的精细化、效率化的延伸。美国 RTB 广告的市场渗透率已达到 19%，而中国通过 DSP 投放的广告比仅为 4%左右。程序化购买的关键是掌握核心用户数据，这部分数据主要掌握在互联网平台型公司手中。与互联网平台型公司的结合发展，也是未来广告行业的重要战略。

（四） 发行人各业务板块经营情况

1、公共关系服务业务

（1）公共关系服务业务细分类别

公司的公共关系服务包括品牌传播、产品推广、活动管理、数字媒体营销、危机公关及企业责任等服务。

①品牌传播服务是指通过报纸、杂志、网络等手段收集与客户有关的各类新闻、报道和评论，并对收集信息加以分析，撰写舆情分析报告，提供给客户，使客户即时获得市场动态、行业新闻等报道，协助客户进行舆情管理，凭借对各类媒体特点的了解，结合对客户品牌核心信息的把握，针对客户目标群体认知度的研究，撰写传播稿件，稿件包括新闻资料、行业深度分析资料、评论案例、外文资料的翻译服务。实现正面声音持续维护，达到维护客户品牌形象的目的。

②产品推广服务是指针对客户产品销售目标，为客户提供产品推广方案、产品核心信息规划、产品推广媒体传播规划和执行等服务，通过广泛传播产品的各种关键信息，使目标消费群对特定产品产生更多了解，从而促进产品销售。产品推广服务和广告服务存在一定联系，但也有明显区别，产品推广服务主要是通过各类媒体上发表文章、进行线下公关活动以及通过其他线上线下手段（包括广告）等推广客户的产品，增强公众对产品的了解认知，是一种综合运用各类推广渠道进行产品介绍和推广的服务；广告服务则是专指为客户产品提供包括广告创意、广告投放策略及广告媒体采购等全套或其中单一的服务，更倾向于直接推动产品销售。

③活动管理服务是指根据客户需要，挖掘需求的核心价值，并策划相应的活动方案，根据方案提供活动执行服务，执行服务包括活动执行文件的撰写、活动现场的设计、管理和总控、活动场地设备的采购及人员的调配，活动结束后继续对媒体稿件或新闻报道进行跟踪，确保传播信息无误导和遗漏，并通过舆情监测体系实时监测，形成舆情分析报告，以剪报等形式向客户反馈。活动包括新品发布会、媒介沟通会、战略发布会、巡展等。

④数字媒体营销是指基于互联网、手机等新媒体平台，通过新媒体技术平台为企业整合推广服务。由于数字媒体的影响力越来越大，企业开始快速加大这方面的投入，利用数字媒体的营销服务呈现高速成长的态势。

⑤危机管理服务是指为客户建立系统的危机预警及管理体系，为危机事件提供事前预防、预警及事后处理等服务。公司通过自身舆情监测体系，对客户信息加以整理和分析，如出现危机事态的征兆，及时制作危机预防建议书，协助客户预防危机事件的发生，如危机事件发生，则制作危机管理建议书，为客户提供危机管理咨询服务和指导，将危机事件对客户的影响控制在最低程度。

⑥企业社会责任服务是指针对企业承担各种社会责任的需求而提供的公共关系服务。例如，汶川地震捐款活动、西部扶贫、志愿者计划、公益创投基金、残疾儿童捐助等活动。该类业务在公关服务中所占比重略低，每年均在 1%左右。

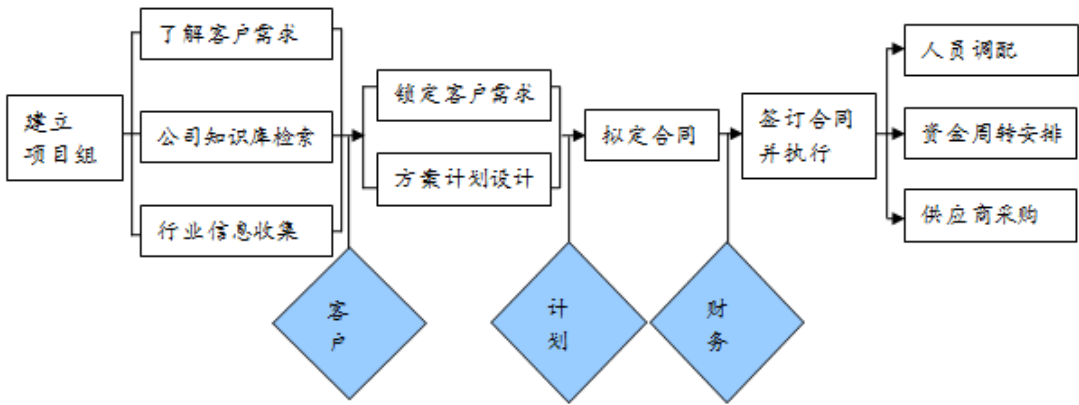
（2）公共关系服务业务模式

发行人公共关系服务业务模式是：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，通过品牌传播、产品推广、活动展示、媒体营销、危机管理等方式提供专业的品牌管理服务，树立和维护客户良好的品牌形象，实现其品牌价值提升，协助其获得品牌溢价。在此过程中，公司按照服务工作量和工作时间为标准进行收费，从而获取服务报酬。

公司为客户提供的公共关系服务分为常年合同及单次合同，常年合同中经常包括了整个年度的产品推广、活动展示、年度会展等内容，按年签署一次性收取；单次合同即为与客户对单次公关活动签订服务合同，即单次的活动推广服务、单次的产品推广服务、单次的年度会展服务、单次的危机公关服务等类型。

公司公关服务的具体业务流程如下：

图 5-10 公关服务业务模式图



第一步，公司根据客户需求，建立项目小组，准备项目前期工作。首先熟悉客户行业信息，掌握客户特点，了解客户需求。针对客户自身情况及其需求，决定是否进一步确立合作关系。

第二步，公司锁定客户需求，根据客户需求设计服务方案，并根据方案准备人员的调配和资金的周转。

第三步，公司与客户协商方案或计划的可行性，根据最终方案调整情况确定人员投入、资金安排和服务采购，并签订合同。

第四步，公司签订合同后，制定项目预算，报财务部、采购部审批。

第五步，执行服务，根据服务费用进行结算。

其中，在执行服务中，公司为客户提供品牌管理服务，根据客户具体需求设计完善项目规划和方案，合理调配人员和周转资金，同时在围绕客户品牌提供设计、规划和执行服务的过程中，公司需要采购相应的配套服务，具体采购服务内容如下表所示：

表 5-17 公司公关业务采购服务名称及内容

采购服务名称	采购服务具体内容
灯光音像	提供灯光音响，专业演出设备的服务
场地	提供场地服务

采购服务名称	采购服务具体内容
办公用品	公司所用各类办公用品及提供办公服务
租赁	提供各种车辆、计算机及物品的租赁服务
礼品	提供各种礼品
花卉	提供各种鲜花、桌花、绿植
会展	会展的设计、制作、搭建
速记	提供会议现场速记及采访录音的整理
摄影	提供摄影服务
影视制作	影视类的录制服务
设计	各种平面、三维的设计
翻译	翻译服务
印刷	各种印刷品的制作
演出	提供演出类的服务。如：礼仪、模特、主持人、演员等
咨讯	提供各种资讯类的服务，如媒体监测、网络互动等
喷绘	提供喷绘服务如：易拉宝、X 展架、拉网展架等
餐饮	提供餐饮的外卖方面的服务
旅游	提供各种旅游服务
票务	提供火车票、飞机票、演出票
快递	提供物品的快递、运输
广告发布	在各类媒体进行传播
其他	除以上以外的各种配套服务

在上述采购项目中，总体看公司采购成本中占比较大的为广告发布（媒体采购），成本约为 50%。

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，并对供应商进行分类，便于管理和选择，提高采购效率。公司将供应商分为 A、B、C、D、E 共 5 级，其中 A 级为指定供应商，是指与公司签定长期合作关系的供应商（比如冠游时空、搜狐网站、百度科技等），B 级为推荐供应商，是指未与公司签定长期合作关系，但公司采购部对其较为了解，可以尝试合作，推荐使用，一旦建立长期合作关系可能升级为 A 级的供应商，C 级为备用供应商，是指曾经及以

后可能合作的供应商，D 级为客户供应商，是指项目中由客户指定的供应商，E 级为临时供应商，是指项目临时使用的供应商。

另外，公司在供应商的选择过程中，建立了严格的选择原则：第一，选择供应商，A 级供应商为首选原则，如 A 级供应商不能满足项目需求，则次选 B 级供应商；第二，若 A、B 级供应商均不能满足项目需求，则由采购部从供应商数据系统中按照综合指标优先选择 C 级备用供应商；第三，若客户要求使用 D 级客户供应商，采购部必须掌握供应商的基本信息，并对其服务质量作质量测试，同时还需客户方提交使用指定供应商的确认函；第四，若上述 4 个等级供应商均未能满足项目需求，项目组提交临时供应商基本信息，由采购部参与谈判并备案，待论证审核后方可合作。

根据供应商选择原则，确定供应商之后，供应商数据系统生成供应商编号，按照供应商编号进入项目预算审批流程。首先，项目组填写采购清单，并附详细采购明细清单；其次，项目预算依次进入“采购部——项目负责人——客户负责人——部门负责人——总裁”审批手续，若项目预算超出一般预算，则需重新回采购部审批。预算审批流程完成后，进入采购支出审批流程。首先，对修改后的采购清单最终确认，并附更新采购明细清单；然后，项目组对供应商作出综合评价；最后，依次进入“项目负责人——客户负责人——部门负责人——采购部——总裁”审批手续，采购支出审批流程结束。项目流程进入项目决算流程，经过采购部、财务部审核后，按合同时间通知供应商开具发票，并完成财务支付工作。

公司公关业务供应商包括杂志、报刊等纸媒，包括电视、广播等电子媒体以及网络等新媒体的传媒机构，以及酒店、宾馆、设备租赁等活动服务机构。目前，A 级和 B 级供应商在发行人服务采购金额中的占比稳定在 85%左右，长期合作机构较高的业务份额有利于发行人在提供品牌管理服务时进行质量控制和提高效率。其他三类供应商中，E 级临时供应商份额在 10%左右，C 级备用供应商和 D 级客户供应商份额相对较少。

客户方面，公司公关业务客户较为稳定、质量优质，服务年限平均 10 年以上，其中联想和思科的服务年限已达 15 年之久；并且客户多数为行业龙头企业，大部分为跨国公司，其中全球 500 强企业有 25 家。

（3）公共关系服务最近三年业绩情况

最近三年，公共关系服务合同总量分别为 1,843 份、2,132 份、2,542 份，合同总价格分别为 125,454.80 万元、199,090.59 万元和 297,749.05 万元。单合同平均价格分别为 68.07 万元、93.38 万元和 117.13 万元。公司公共关系服务中与长期合作客户签署的常年合同基本为一年期，具体的项目执行是根据客户的订单，订单的执行期多在 1-3 个月，常年合同金额占比基本保持在 70%左右。公司公共关系服务业务以项目为执行单位，合同价格会以合同内容及双方合作关系而协商变动，但总体而言公司公共关系服务合同价格维持在业内较高水平，盈利能力较强。

最近三年，公司公共关系服务业务按照服务内容分类情况如下：

表 5-18 公司公共关系服务业务按照服务内容分类

单位：万元；%

项目	2014 年度	占比	2013 年度	占比	2012 年度	占比
品牌传播服务	58,313.87	20.76	41,828.93	21.01	23,836.41	19.00
产品推广服务	124,492.81	44.32	89,988.95	45.2	58,963.76	47.00
活动管理服务	13,117.81	4.67	9,715.62	4.88	6,272.74	5.00
危机管理服务	4,269.61	1.52	3,444.27	1.73	3,512.73	2.80
数字营销服务	75,757.47	26.97	50,409.74	25.32	30,987.34	24.70
其他服务	4,943.76	1.76	3,703.08	1.86	1,881.82	1.50
合计	280,895.33	100	199,090.59	100	125,454.80	100

公共关系服务前 5 大客户基本信息情况如下：

表 5-19 公司公共关系服务业务前 5 大客户情况

单位：万元；月；%

项目	2014 年度			2013 年度			2012 年度		
	销售金额	占比	客户行业	销售金额	占比	客户行业	销售金额	占比	客户行业
客户 1	7,864.15	21.06	信息技术	34,800.89	17.48	信息技术	24,992.42	19.92	信息技术
客户 2	2,809.25	7.52	汽车	10,699.35	5.37	汽车	8,047.94	6.42	汽车

项目	2014 年度			2013 年度			2012 年度		
	销售金额	占比	客户行业	销售金额	占比	客户行业	销售金额	占比	客户行业
客户 3	2,460.99	6.59	信息技术	9,179.31	4.61	汽车	7,407.10	5.90	信息技术
客户 4	1,170.36	3.13	信息技术	7,743.98	3.89	信息技术	4,530.73	3.61	信息技术
客户 5	1,154.67	3.09	消费品	7,190.60	3.61	信息技术	4,373.99	3.49	汽车
合计	15,459.43	41.40	-	69,614.13	34.97	-	49,352.17	39.34	-

(4) 公共关系行业上下游情况、公司公共关系业务上下游定价模式、结算方式、市场占有率情况及人力资源情况

公共关系行业上下游情况：公共关系行业的上游行业为传媒行业、会展酒店行业。公共关系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各类媒体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；公司为客户提供新产品推广、年度会议等品牌传媒服务时，需根据客户需要在会展中心或酒店举办营销活动，因此会展、酒店行业也是公共关系行业的上游。

由于人们信息接收的惯性化以及新闻传媒的口碑化，人们更倾向于信任主流传媒传播的信息。拥有主流媒体资源的多寡，直接影响到公共关系服务的传播范围和传播程度，进而影响到公共关系最终的服务质量，因此媒体资源的质量也是公共关系行业发展的重要因素之一。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，公共关系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。公司为客户提供新产品推广、年度会议等品牌传媒服务时，需根据客户面向的终端需求、价位需求，在众会展中心、酒店中进行选择，因此不会对会展中心、酒店行业产生重大依赖。

作为现代服务业，公共关系行业的下游客户，即公共关系服务最终消费者，包括需要公共关系服务的企业、政府机构及非政府组织，因公共关系服务在中国发展程度尚低，公司客户几乎全部为国内外知名企业。客户的公共关系需求随着

所处行业的发展会同步增加，客户所处行业的发展直接影响其公共关系预算的高低，从而影响公共关系行业的发展。

随着公共关系行业的客户拓展，服务客户所在行业已经开始从单一的 IT 业，拓展到消费品、汽车、房地产等行业，使得原先单一行业对公共关系行业的影响越来越小。目前，公司公共关系行业的客户主要集中在信息技术、汽车、消费品等行业。

公司公共关系业务上下游定价模式：根据上游供应商与公司业务合作时间的不同，定价模式相应不同。常年服务的供应商，根据行业不同、提供服务的内容不同，多为参照行业定价，服务按次、按劳动时间计价，每次服务后逐笔确认结算。单项合作的供应商，则根据本次服务的具体情况，逐项明确服务内容，确定一次性价格。

与下游客户的定价模式为谈判、招标和参照行业模式并存。新客户以招标模式参与竞标，以行业惯例提供常规的月服务方案，包括“策略建议与计划报告、日常公关传播、媒体关系建设、安排活动与专访、媒体监测”等，也提供扩展服务方案，包括“培训、会议管理”等，有定时服务、定量服务、定制服务等。

公司公共关系业务结算方式：与上游供应商的结算方式为：常年服务的供应商，后结款方式，根据每次服务提供的作业单，延迟付款。单项合作的供应商，后结款方式，服务后逐项确认供应商工作成果，按照约定时间付款。

与下游客户多为后结款，阶段性服务结束后，客户阶段性给公司付款，客户付款的平均账期在 12 个月以内，相对较短。客户因行业不同、惯例不同、特殊要求垫支等情况，也会有给公司预付款的情况，预付款情况占总体 30%左右，一般预付款占一笔业务合同的 30%。

公司公共关系业务市场占有率：我国公共关系行业市场化程度较高，公司数量多且大部分规模较小，竞争激烈且呈高度分散状态，公司公共关系服务业务目前位居国内第一。

人力资源情况：人力资源是公司的核心资源，员工的业务能力决定着公司提供服务的质量和品质，公司对人才高度重视，近年来，公司持续通过吸引人才、打造成长平台、提供发展机遇等方式强化公司人才优势，形成了公司的核心竞争力。截至 2014 年底，公司在职员工为 4,123 人，其中业务部门人员 3,063 人。

公司设置了合理的薪酬体制和灵活的激励机制，使公司员工利益与公司发展相结合；此外，公司还通过股权激励等方式稳定业务团队，凝聚核心骨干。公司员工离职率处于业内较低水平。

2、广告服务业务

公司的广告服务如广告策划与代理是指根据广告主的营销计划和广告目标，在市场调查的基础上，制定出一个与市场情况、产品状态、消费群体相适应的经济有效的广告计划方案，并加以评估、实施和检验，从而为广告主的整体经营提供良好服务的活动。一个较完整的广告策划主要包括 5 方面的内容：市场调查的结果、广告的定位、创意制作、广告媒介安排、效果测定安排。通过广告策划工作，使广告准确、独特、及时、有效地传播，以刺激需求、诱导消费、促进销售和开拓市场。

（1）广告服务业务模式

公司旗下的广告服务业务均主要通过上市后外部并购其他公司获得，公司已完成收购的思恩客是以互联网广告服务为基础的专业整合营销服务传播机构，精准阳光则主要从事城市高端社区内户外高清灯箱广告及生活杂志广告服务，今久广告主要为房地产行业客户提供全案代理、媒介代理、公关活动等服务，西藏山南东方博杰广告公司主要承包代理中央电视台电影频道和新闻频道的广告业务，并从事自有影院数码海报媒体的开发和运营。一系列并购完成后，公司的客户行业得到丰富，广告服务也初步涉及了互联网广告、电视媒体广告、影院数码海报广告、户外广告、平面广告等细分领域。上述各公司的广告业务模式根据传播形式不同又有所不同，主要业务模式包括：

①广告全案代理业务

此项业务主要由公司今久广告开展。公司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。

②媒介代理购买业务

此项业务主要由公司今久广告开展。公司媒介代理购买业务的客户可分为常年代理客户和零散客户两类。常年代理客户一般会与公司就当年的广告投放签署

针对单一媒体或所有媒体的独家代理协议，协议中约定排他性条款以保证今久广告的利益，同时约定当年的预算投放金额。针对零散客户，公司会针对客户的零散购买需求与其签署合同，按照经客户确认的媒介排期表投放广告。为集中资源提高向优质客户的服务质量，目前公司子公司今久广告媒介代理客户以常年客户为主。

③电视媒体广告承包代理业务

此项业务主要由公司子公司博杰广告开展。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。该业务开展过程中，博杰广告媒介部进行专业分析评估，从而确定目标媒体，继而博杰广告媒介部负责广告产品的策划，主要包括根据公司电视媒体资源特点设计广告产品并针对广告客户的需求为其制定媒体广告投放策略。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及渠道客户签署年度广告合同。与客户签定广告委托发布合同后，博杰广告根据与客户商定的广告排期表安排电视媒体广告投放。

④影院数码海报媒体开发与运营业务

此项业务主要由公司子公司北京博杰开展。公司可以在全国各主要影院内配置的自有数码海报屏为广告投放的媒介载体，单独或与电视媒体广告组成跨媒体广告产品向广告主或其代理广告公司进行销售，并从中赚取利润及增值服务收益的业务。影院数码海报屏播放的广告形式包括静态画面、Flash 和电影片花。

公司下属主要子公司的经营模式简介如下：

以今久广告为例，其经营模式主要为：

①广告全案代理业务。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。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。

②媒介代理购买业务。今久广告媒介代理购买业务的客户可分为常年代理客户和零散客户两类。常年代理客户一般会与今久广告就当年的广告投放签署针对单一媒体或所有媒体的独家代理协议，协议中约定排他性条款以保证今久广告的利益，同时约定当年的预算投放金额。今久广告会在媒介购买策划环节向客户建议广告投放节奏、投放金额，客户以媒介排期表的形式确定投放时间、投放金额。针对零散客户，今久广告会针对客户的零散购买需求与其签署合同，按照经客户确认的媒介排期表投放广告。为集中资源提高向优质客户的服务质量，目前今久广告媒介代理客户以常年客户为主。媒介购买业务的供应商主要为北京青年报、新京报、京华时报、北京晚报等主流报刊媒体。今久广告一般与主要合作报刊媒体签署年度框架协议，今久广告会与媒体在协议中约定年度的最低广告投放额以及投放额达到一定金额后给予今久广告的奖励措施。实际投放时今久广告与媒体不再另行签署合同，而是以媒体订版单的形式确定投放时间、版面数量、投放金额。

而思恩客作为互联网游戏广告商，其主要经营模式为：

①媒介策划：思恩客根据客户对互联网游戏广告投放的要求，策划相关互联网广告投放的媒体及时间。

②媒介购买：客户根据特定的广告排期与思恩客订立广告投放合同或订单；思恩客根据客户的排期从相关媒体采购资源并进行广告投放。客户的广告排期可以是客户自己确定的，也可以是通过以上思恩客所提供的媒介策划服务订立的。

③媒介销售：在思恩客取得某些网站游戏广告的独家代理权或买断某些网站广告资源后，向其客户或者其他的广告代理机构销售相关的广告资源。

与上述两家子公司不同，博杰广告的经营模式主要为：

①电视媒体广告承包代理业务：博杰广告及其子公司北京博杰自成立以来专注于电视媒体广告承包代理业务。该业务开展过程中，博杰广告媒介部根据广告客户特点及需求，从电视媒体资源的栏目定位、栏目内容、播出时间、目标受众着手，辅以节目收视率、该时段其他频道栏目情况、该栏目现有广告客户数量及行业分布等多方面情况进行专业分析评估，从而确定目标媒体。此后，博杰广告按照规定的条件及流程申请取得电影频道广告代理资格，并按规定办理每年的延续手续。目前，博杰广告已与电影频道（CCTV-6）及新闻频道（CCTV-13）签订多个栏目的广告资源承包经营协议，其中包括电影频道（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。继而，博杰广告媒介部负责广告产品的策划，主要包括根据公司电视媒体资源特点设计广告产品并针对广告客户的需求为其制定媒体广告投放策略等，力图为客户实现最大增值、打造最有效的品牌形象。博杰广告设有专门的销售部负责广告产品的销售。其客户可分为广告客户（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及渠道客户签署年度广告合同。与客户签定广告委托发布合同后，博杰广告根据与客户商定的广告排期表安排电视媒体广告投放。

目前，博杰广告电视媒体广告承包代理业务的广告产品主要分为三个大类：单独电视栏目广告产品、组合电视栏目广告产品、跨媒体广告产品。其中，单独电视栏目广告产品指公司将电影频道《晚间套播》、新闻频道《共同关注》、《新闻 1+1》、《新闻调查》、《面对面》、《新闻直播间套装》等每个栏目广告单独对外销售；组合电视广告套播产品指公司将《新闻 1+1》、《新闻调查》、《面对面》组合成《晚间深度 930》，将《新闻直播间套装》、《共同关注》、《晚间深度 930》组合成《新闻全天套》等将几个电视栏目广告自行组合成一个电视媒体广告套播对外销售。跨媒体广告产品指公司将电视媒体广告与其他媒体广告组合成跨媒体广告产品对外销售，公司目前的跨媒体广告产品为电视媒体广告+影院数码海报的跨媒体广告产品组合。

②影院数码海报媒体开发与运营业务：该业务是指博杰广告以在全国各主要影院内配置的自有数码海报屏为广告投放的媒介载体，单独或与电视媒体广告组成跨媒体广告产品向广告主或其代理广告公司进行销售，并从中赚取利润及增值服务收益的业务。影院数码海报屏播放的广告形式包括静态画面、Flash 和电影片花。目前，北京博杰影院数码海报开发与运营业务的媒体开发已基本完成了在全国范围内的业务布局，2013 年起，该业务将进入快速发展通道，成为公司整体收入的一个新增长点。

北京博杰结合区位、放映厅数量及坐席数、票房等多项因素对影院进行考察，与资质较好的影院洽谈合作意向并签署合同。公司媒介部负责广告产品的策划，设计广告产品并制定投放策略。销售中心负责影院数码海报产品的广告销售。与客户签署广告发布合同后，北京博杰根据经客户认可的广告排期表为其安排广告投放。

目前，北京博杰的影院数码海报业务的销售产品主要分为：与电视媒体广告资源组合成的跨媒体广告产品，以及单独的数码海报产品（可分为地区性投放产品或全国投放产品）。

公司广告服务业务供应商包括电视、广播、杂志、报刊、网络等传媒机构。

公司广告业务客户与公关业务客户存在部分重合，同时通过并购又增加许多新的客户资源。子公司精准阳光的主要客户有一汽大众、交通银行、英国宾得汽车、捷豹路虎汽车、爱慕内衣等；子公司思恩客的主要客户有腾讯、盛趣信息、上海易点时空、上海巨人网络、成都金山数字等；子公司今久广告的主要客户有北京国锐地产、河北华银地产、福建华力伟业置地、北京力天新园科技等；子公司博杰广告的主要客户有蒙牛、宝洁、统一、南孚、米其林轮胎、三星、海尔、尼康、夏普、雅诗兰黛、中国联通等。

（2）广告服务业务盈利模式

公司广告服务业务盈利模式总结起来有四种：

①自有媒体：媒体形式为自己投入成本形成，取得的客户收入与投入媒体成本间的差额即为利润点。

②买断媒体：与媒体为买断独家代理的合作方式。按买断的媒体期间支付给媒体一定的费用后，销售给客户的价格可由代理公司自主决定。取得的客户收入与买断媒体所支付的代理费之间的差额即为利润点。

③代理媒体：从媒体处获取不同的代理价，有的根据刊例价给予折扣、有的为赠版、有的为返点。从客户处取得的广告收入、从媒体取得的返点收入、赠版收入与代理成本间的差额即为利润点。返点是指广告代理公司与媒体合作时约定，当广告代理公司在媒体的广告投放量达到一定程度时，媒体方将按约定支付给广告代理公司一定的费用即为返点，返点可视为广告代理公司的收入组成部分。

④全案服务：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。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。

(3) 最近三年公司广告业务经营情况

表 5-20 公司广告业务子公司经营情况

单位：单；万元

公司名称	2014 年			
	业务量	总金额	定价机制	平均价格
今久广告	3,541	42,172.49	市场价	11.91
西藏博杰	420	117,603.40	市场价	280.00
东方博杰	157	4,988.86	市场价	31.78

公司名称	2013 年			
	业务量	总金额	定价机制	平均价格
今久广告	3,079	31,077.43	市场价	10.09
西藏博杰	614	124,193.99	市场价	202.27
东方博杰	176	3,309.31	市场价	18.80

公司名称	2012 年			
	业务量	总金额	定价机制	平均价格
今久广告	2,008	21,802.83	市场价	10.86
西藏博杰	608	118,284.53	市场价	194.55
东方博杰	178	4,274.59	市场价	24.01

注 1：相关子公司的经营情况为其各自实际情况，未经过合并抵消。

注 2：发行人广告业务主要子公司的业务平均价格存在一定差异，这主要是与各子公司的经营模式和服务对象相关。今久广告投放媒体为平面媒体，如报纸等，价格较低；西藏博杰的广告投放媒体为中央电视台新闻频道及电影频道，成本远远高于其他媒体，因此价格相对最高；东方博杰是自有数码海报（影院 LED 屏）媒体，定价主要依据 LED 屏的折旧维护成本以及供求关系。

（4）公司广告业务上下游定价模式、结算方式、市场占有率情况

1）公司广告业务上下游定价模式

广告业务方面，上游供应商主要包括媒体及媒体承包商、制作公司等，公司与上游供应商的定价模式为：由于媒体都有自己的刊例价（根据位置、版面等），通常都是公开透明的，公司经过商务谈判争取到低的折扣或返点、赠版等。公司根据自己从媒体所能获得优惠政策来给客户报价。如果是自有媒体或独家买断媒体，根据公司的刊例价、客户以往合作情况、参考其他公司的报价情况等综合因素给予客户一定的折扣。

公司的下游客户主要是广告主，公司与下游客户的定价模式为谈判、招标和参照行业模式并存。

2）公司广告业务上下游结算方式

广告业务方面，与上游供应商的结算方式为：通常与媒体约定的付款方式为预付或发布当天，也有部分长期合作关系较好的媒体可以有一定的账期，但通常不会超过三个月。例如，在博杰广告与中央电视台的新闻频道的合作中，博杰广告向中央电视台支付一定比例的信用保证金，该保证金可在合作协议期满前冲抵承包款；承包款按月支付，每月提前 10 天由博杰广告向中央电视台支付下月的承包费。

与下游客户的结算方式上，各子公司政策有所不同，通常会根据客户的信用等级不同给予客户一定的账期，长期合作的客户结算方式通常为广告发布之后3个月至半年不等，首次合作的客户会要求一定的预付款。而博杰广告电视媒体广告业务流程则规定，客户需在广告播出前7个工作日支付广告款，可以一次性支付，也可根据广告投放的阶段分阶段支付

公司广告业务市场占有率情况：与公共关系行业一样，我国广告行业市场化程度较高，公司数量多且大部分规模较小，竞争激烈且呈高度分散状态，公司广告业务尚处于发展阶段，市场份额正在逐步提高。目前公司广告业务已在某些细分广告领域占据领先地位，如互联网游戏广告、房地产广告及电视广告等。公司广告业务服务的主要行业情况如下：

表 5-21 公司广告业务主要服务行业情况（2014 年）

单位：万元

项目	业务收入	在同期广告业务总收入中的占比	业务成本	在同期广告业务总成本中的占比
消费品	73,892.01	23.53%	48,240.27	19.12%
游戏互联网	157,060.20	50.02%	153,620.46	60.88%
汽车	33,679.23	10.73%	18,419.25	7.30%
房地产	21,190.97	6.75%	13,060.90	5.18%
信息技术	17,853.63	5.69%	12,550.65	4.97%
合计	303,676.04	96.71%	245,891.53	97.45%

（五） 发行人面临的主要竞争状况、经营方针及战略

1、发行人在行业中的竞争地位

公司是国内首家上市的公关企业，也是中国最大的本土公关企业。公司依托专业的公关能力、高效率的专业人才、覆盖全国的网络与丰富的项目经验，与国内外众多优秀的客户（包括世界 500 强企业）合作，为其提供卓越的品牌管理服务。借助资本市场，公司采用“内生+外延”的发展战略，确立了在公共关系行业的领先优势和发展基础，现已成为本土最具实力的公关服务机构。

2012-2014 年，公司通过收购将业务分别扩展至互联网广告、电视媒体广告、

影院数码海报广告数字营销、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，打造了包括广告、公共关系服务和活动管理等增值服务在内基于品牌管理的营销传播服务链条，使公司在原有的公共关系业务板块之外，构建了广告业务板块，初步形成了涵盖广告、公共关系服务等在内的现代传播集团的架构，为实现公司未来成长为中国一流的专业传播集团的战略目标奠定了基础。

根据美国权威的第三方研究机构霍尔姆斯报告（the Holmes Report）发布的2014年度全球公共关系专业公司250强排名显示，蓝色光标数字营销机构跃升至第16位，进入全球20强，并继续蝉联亚洲最大的公关公司，同时作为增长最强劲的公司，以40.5%的增长率在20强中继续排名第一，在亚洲排名第一。根据胜三管理咨询有限公司发布的大陆地区《2013 公关行业营销趋势研究》报告，蓝色光标在涉及市场总体评估中的9大类别调查中，获得6个类别第一名，1个类别第二名，成为中国市场综合排名第一的公关公司。

2、发行人主要竞争优势

公司通过内涵式发展和外延式发展，目前主营业务主要分为公关和广告，公司的核心竞争优势主要体现在以下几方面：

（1）品牌优势

品牌是公关和广告行业公司的最核心竞争力，也是赢得客户信任的重要因素。公司为中国公共关系行业的领军企业，近几年公司经营规模持续扩大，资源整合能力进一步加强，专业能力得到越来越多客户的认可，公司在品牌方面的竞争优势得到进一步强化。在原有“蓝色光标”、“智扬公关”等基础上，公司近年并购了今久、博杰、We Are Very Social等众多品牌，公司并购的品牌在其各自领域都具有较强的竞争实力，得到客户的高度认可，使得公司的品牌影响力持续增强。

（2）人才优势

优质人才在公共关系行业中发挥着重要作用。公司对人才的重要性高度重视，认识到人才对企业发展的推动作用。公司通过合理的薪酬体系和灵活的激励机制，使公司员工利益与公司发展相结合，强化员工凝聚力。公司品牌优势和高

速发展，为人才成长提供广阔的发展机遇。近几年公司继续通过吸引人才、打造成长平台、提供发展机遇等方式强化公司人才优势，使人员素质不断提高，优质人才的集聚对公司业务的持续成长发挥了重要作用，形成了公司的核心竞争力。

（3）客户优势

优质的客户资源是公关和广告行业公司赖以生存和发展的基础。公司客户多为各行业的龙头企业，公司凭借优良的执行能力、前瞻的服务意识、优良的服务品质和丰富的行业经验得到客户的认可。公司始终坚持为客户着想的服务理念，赢得客户信任。

随着公司业务的发展及公司与客户间的良好关系，公司优质客户资源进一步增长。公司在行业内的美誉度增强，为公司未来的业务持续稳健拓展奠定了坚实的基础。

（4）管理优势

公司的管理优势主要体现在规范的公司治理结构、稳定的业务管理团队及先进的信息化管理系统等方面。近几年公司在以下几方面的管理优势都得到了不同程度的强化。

1）在公司治理方面，公司开展了关于加强公司治理的专项活动，强化了公司内部控制体系，进一步优化了公司业务流程、财务流程和采购流程等，公司治理更趋规范化。

2）在业务管理团队建设方面，公司原有核心业务管理团队和骨干员工保持稳定，同时公司采取引进与培养并重的方式，通过引进优秀人才吸引专业管理人才，并通过培养公司内部优秀人才在公司内部提拔有能力的业务骨干充实管理团队，公司的业务管理团队进一步壮大，竞争力明显加强。

3）在信息化建设方面，随着上市募投项目“业务系统信息化管理平台项目”的逐步实施，公司进一步优化和完善了原有的项目管理系统、财务管理系统等子系统，同时根据建设规划，新开发了人力资源管理系统、行政资源管理系统等，公司在信息化管理方面的优势进一步得到强化。

（5）新技术的开发与应用

公司重视新技术的应用与开发，重视新技术在公司业务层面的运用。公司重点对数据相关应用进行研究与分析，做好技术储备工作。报告期内，公司品牌优势、团队优势、管理优势、客户优势得到巩固和强化，且由于公司重视对新技术的开发与应用，公司的核心竞争力得到稳步提升，为未来公司的稳定发展奠定坚实基础。

3、发行人主要竞争对手概况

发行人所处行业市场化程度较高，参与公司数量众多且大部分规模较小，与发行人行业地位差距较大，且多数均为非上市公司，其基本业务财务情况、市场份额、供求状况等均无公开统计资料，缺乏权威数据。发行人主要竞争对手的基本情况概述如下：

（1）广东省广告股份有限公司

广东省广告股份有限公司的业务范围为整合营销策划、广告创意制作、媒体投放及公关服务。截至 2014 年末，该公司总资产为 48.58 亿元。所有者权益合计 21.19 亿元；2014 年该公司实现收入 63.38 亿元，实现净利润 4.87 亿元。

（2）北京华谊嘉信整合营销顾问集团股份有限公司

北京华谊嘉信整合营销顾问集团股份有限公司的业务范围为精准营销终端营销服务、活动营销服务、媒体传播服务、以及互联网广告。截至 2014 年末，该公司总资产为 17.10 亿元。所有者权益合计 9.65 亿元；2014 年该公司实现收入 15.60 亿元，实现净利润 0.70 亿元。

（3）思美传媒股份有限公司

思美传媒股份有限公司的业务范围为媒介代理及品牌管理。截至 2014 年末，该公司总资产为 11.93 亿元。所有者权益合计 8.32 亿元；2014 年该公司实现收入 21.51 亿元，实现净利润 0.71 亿元。

4、发行人的经营方针及战略

公司长期战略发展目标即成为中国领先的一流的专业传播集团，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。

公司将继续坚持“内生性增长”（即已有业务和子公司的增长）和“外延式发展”（即由新收购公司或业务带来的发展机遇）并举的业务发展战略，确保公司业务快速健康发展。未来三年公司将保持每年 25-30%的内生性增长率、每年 25-30%的外延式增长率。

在内生性增长方面，首先，公司将通过灵活方式，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，公司要继续加强公司内部控制，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；第三，公司加强内部管理创新工作，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，完善品牌间协作机制，降低风险，提高经营效率。

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，扩大业务规模，为客户提供更加全面的营销服务。公司 2015 年将继续坚持国际化和数字化的发展策略，对于契合公司上述发展策略的公司重点跟踪，重点谈判。另一方面，公司不会对传统领域的公司放松。公司将会努力寻找产业链上的优质公司，推进公司战略的实施。在并购实际操作中，要对传统类型传媒公司和具有新技术特点公司并购策略上要并重，保证公司业绩的稳定增长和保持市盈率的稳定。

在业务发展方向上，公司将坚持数字转型业务作为公司业务发展的重点，数字化转型作为公司重要贯彻的理念，公司要在高速发展中更换引擎；公司将大力推进国际化进程，在不长的时期内，完成国际化的布局，在竞争中占据制高点。

在人力资源上，继续优化组织架构，在人力资源上大力支持，寻找新的利润增长点，保证公司未来的可持续发展。

在业务发展前瞻上，公司将重点对数字营销进行投入，并对大数据等前沿领域进行布局。公司前期在数字营销领域已经布局，投入了大量资源进行前期导入，目前公司已经建立了互联网整合营销传播体系，将凭借先发布局充分分享子行业爆发增长红利。在大数据领域，公司将继续投入优势资源进行相关工作的开展。

在国际业务布局上，公司将重点跟踪国际优质传媒公司，重点追踪具有技术基础、大数据、搜索优化等方面的优质公司。关注精准营销、基于社交网络平台的营销公司和具有优秀创意能力的公司，公司对具有核心竞争力的企业保持敏感性。

九、 公司治理情况

（一） 公司治理结构

公司是经工商行政管理机关核准登记注册的企业法人，按照《公司法》及有关法律、法规的规定成立运作。根据《公司章程》，股东代表大会、董事会、监事会、总经理各自行使自己的职权。其中，股东大会由全体股东选举产生的代表组成。董事会由 9 人组成，设董事长 1 名，其中独立董事 3 人；监事会由 3 名监事组成，设监事会主席 1 人。

1、股东大会

股东大会是公司的权力机构，股东按照出资比例行使表决权。股东大会行使下列职权：决定公司经营方针和投资计划；选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；审议批准董事会的报告；审议批准监事会的报告；审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；对公司增加或者减少注册资本作出决议；对发行公司债券作出决议；对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；修改《公司章程》；对公司聘用和解聘会计师事务所作出决议；审议须经股东大会通过的对外担保行为；审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30% 的事项；审议批准变更募集资金用途事项；审议股权激励计划；审议法律、法规和《公司章程》规定应当由股东大会决定的其他事项。

2、董事会

董事会由 9 名董事组成，设董事长 1 名。董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生。董事会每年至少召开两次会议，由董事长召集和主持，于会议召开 10 日前以书面、传真、电话等方式通知全体董事和监事。董事会应当对所议事项形成会议记录，并由出席会议的董事签名。董事会会议应有过半数的董事出席方可举行。董事会作出决议，必须经全体董事的过半数通过。

董事会行使下列职权：负责召集股东大会，并向股东大会报告工作；执行股东大会的决议；决定公司的经营计划和投资方案；制订公司的年度财务预算方案、决算方案；制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；拟订公司重大收购、收购发行人股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；在股东大会授权范围内，决定公司的对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；决定公司内部管理机构的设置；聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；制订公司的基本管理制度；制订《公司章程》的修改方案；管理公司信息披露事项；向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；听取公司经理的工作汇报并检查经理的工作；法律、行政法规或《公司章程》授予的其他职权。

3、监事会

监事会是公司的内部监督机构，监事会由 3 名监事组成，监事会主席 1 人。监事会每 6 个月至少召开一次会议，提前 10 日发出会议通知。监事可以提议召开临时监事会会议，提前 3 日发出会议通知。

监事会行使以下职权：对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；检查公司财务；对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、公司章程或者股东会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；对董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；向股东大会提出提案；依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；发现公司经营

情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

4、管理层

公司设总经理一名，由董事会聘任或解聘。公司总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书为公司高级管理人员。

总经理行使以下职权：主持公司的经营管理工作，组织实施董事会决议，并向董事会报告工作；组织实施公司经营年度计划和投资方案；拟订公司内部管理机构设置方案；拟订公司的基本管理制度；制订公司的具体规章；提请董事会聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人；决定聘任或者解聘除应由董事会聘任或者解聘以外的负责管理人员；《公司章程》或董事会授予的其他职权。

（二）报告期内是否存在违法违规情况及受处罚的情况

报告期内，公司不存在因重大违法违规而受到处罚的情况。

（三）公司独立经营情况

发行人自成立以来，严格按照《公司法》等法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在业务、资产、人员、财务、机构等方面与公司现有股东完全独立，具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。

1、业务方面

公司独立从事《企业法人营业执照》核准经营范围内的业务；已建立了独立完整的业务体系，具有自主经营能力。发行人拥有独立完整的采购、生产和销售系统，能够独立开展业务。

2、人员方面

发行人已建立独立的组织机构并配备相应的人员，公司的劳动、人事及工资管理完全独立，公司高级管理人员和主要员工均在公司工作并领取报酬。

3、资产方面

发行人拥有的生产经营性资产权属清晰，与出资者之间的产权关系明晰；发行人不存在资产、资金及其他资源被出资者、实际控制人无偿占用的情况。

4、机构方面

公司董事会、监事会及其他内部机构独立运作，公司的生产经营和行政管理独立于股东，办公机构和生产经营场所独立，不存在混合经营、合署办公的情况。

5、财务方面

公司设立独立的财务部门，配备必要的财务人员，建立独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，制定了符合企业会计准则的财务会计管理制度；公司在银行独立开设帐户，独立纳税，不存在与出资人、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。

十、 关联方及关联交易

（一） 存在共同控制关系的关联方

1、关联方的认定标准和披露原则

根据会计准则和公司会计政策的规定，发行人对关联方的认定标准为：

（1）公司的母公司，不仅包括直接或间接地控制公司的其他企业，也包括能够对公司实施直接或间接控制的单位等。

（2）公司的子公司，包括直接或间接地被公司控制的其他企业，也包括直接或间接地被公司控制的企业、单位、基金等特殊目的实体。

（3）与公司受同一母公司控制的其他企业。

（4）对公司实施共同控制的投资方。

（5）对公司施加重大影响的投资方。这里的重大影响包括直接的重大影响和间接的重大影响。

（6）公司的合营企业。

（7）公司的联营企业。

（8）公司的主要投资者个人及与其关系密切的家庭成员。

(9) 公司或其母公司的关键管理人员及与其关系密切的家庭成员。

(10) 公司主要投资者个人、关键管理人员或与其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业。

根据会计准则和公司会计政策的规定，发行人对关联方及关联交易在财务报告中的披露原则为：

(1) 公司无论是否发生关联方交易，均应当在附注中披露与公司之间存在控制关系的母公司和子公司有关的信息。

(2) 公司与关联方发生关联方交易的，应当在附注中披露该关联方关系的性质、交易类型及交易要素。

(3) 对外提供合并财务报表的，对于已经包括在合并范围内各企业之间的交易不予披露。

2、最终控制方

表 5-22 截至 2015 年 9 月 30 日发行人的股东情况

投资人名称	与公司关系	持股比例
赵文权	股东与法定代表人	7.09%
吴铁	股东	5.28%
许志平	股东	5.31%
陈良华	股东	6.24%
孙陶然	股东	3.75%
合计	--	27.67%

注 1：孙陶然代其前妻胡凌华行使部分蓝色光标表决权。

注 2：公司最终控制方对外投资的其他公司与发行人之间无业务交易往来。

3、发行人的其他关联方情况

发行人子公司的情况详见“第五节发行人基本情况”之“五、（二）发行人重要权益投资情况”。

发行人合营和联营企业的情况详见“第五节发行人基本情况”之“五、（二）发行人重要权益投资情况”。

（二）关联交易情况

1、购销商品、提供和接受劳务的关联交易

表 5-23 2014 年发行人购销商品、提供和接受劳务的关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	关联交易定价方式及决策程序	金额
陕西识代运筹信息科技有限公司	接受劳务	市场价格	15.87
北京璧合科技有限公司	提供劳务	市场价格	36.16
北京博看文思科技有限责任公司	提供劳务	市场价格	4.01
北京建飞科联科技有限公司	提供劳务	市场价格	13.89
上海能因博知品牌管理有限公司	提供劳务	市场价格	6
狮华投资顾问（上海）有限公司	提供劳务	市场价格	44.51
北京博看文思科技有限责任公司	提供劳务	市场价格	318.29

2014年内，公司累计向关联方采购商品、接收劳务15.87万元，向关联方出售商品、提供劳务422.86万元，2014年公司向控股股东及其子公司销售产品或提供劳务的关联交易金额0万元，关联交易发生额相对较小。

表 5-24 2015 年 1-6 月发行人购销商品、提供和接受劳务的关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	关联交易定价方式及决策程序	金额
陕西识代运筹信息科技有限公司	接受劳务	市场价格	39.89
狮华投资顾问（上海）有限公司	提供劳务	市场价格	83.88
上海能因博知品牌管理有限公司	提供劳务	市场价格	2.35
北京博看文思科技有限责任公司	提供劳务	市场价格	98.67
上海易试互动文化传媒有限公司	提供劳务	市场价格	1.78
陕西识代运筹信息科技有限公司	提供劳务	市场价格	6.37
天津合创视际广告有限公司	提供劳务	市场价格	4.46

2、关联方应收、应付款项余额

表 5-25 2014 年应收、应付关联方款项情况

单位：万元

项目名称	关联方	期末余额	期初余额
------	-----	------	------

		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
应收账款	狮华投资顾问（上海）有限公司	12.79	0.00	-	-
其他应收款	北京博看文思科技有限责任公司	-	-	1,936.90	0.00
预付账款	陕西识代运筹信息科技有限公司	82.79	0.00	-	-
应付账款	北京博看文思信息技术有限公司	1.54	0.00	-	-

表 5-26 2015 年上半年应收、应付关联方款项情况

单位：万元

项目名称	关联方	期末余额		期初余额	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
应收账款	狮华投资顾问（上海）有限公司	40.00	0.00	12.79	0.00
应收账款	北京博看文思科技有限责任公司	98.67	0.00	-	-
应收账款	上海易试互动文化传媒有限公司	1.14	0.00	-	-
应收账款	天津合创视际广告有限公司	0.03	0.00	-	-

（三） 关联担保情况

表 5-27 截至 2015 年 6 月末关联方担保情况

单位：万元

担保方	被担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
发行人	蓝色光标国际传播集团有限公司	35,000.00	2013/6/28	2016/8/25	否
发行人	蓝色光标国际传播集团有限公司	20,000.00	2014/1/10	2017/1/10	否
发行人	蓝色光标国际传播集团有限公司	8,300.00	2015/6/5	2016/3/4	否
发行人	蓝色光标国际传播集团有限公司	3,000.00	2014/7/29	2015/7/29	否
发行人	蓝色光标国际传播集团有限公司	29,500.00	2014/12/25	2015/12/25	否
发行人	蓝色光标国际传播集团有限公司	60,000.00	2014/12/17	2017/12/17	否
发行人	蓝色光标国际传播集团有限公司	10,000.00	2015/6/30	2015/12/31	否

担保方	被担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
发行人	Bluefocus Communication Group of America, Inc.	3,880.00	2014/10/23	2015/10/23	否
发行人	Bluefocus Communication Group of America, Inc.	9,178.50.00	2014/9/15	2015/11/17	否
发行人	北京思恩客广告有限公司	3,000.00	2014/7/29	2015/7/29	否

（四）非经营性往来占款或资金拆借情况

表 5-28 报告期内发行人非经营性往来占款或资金拆借情况

单位：万元

单位名称	金额	利率	期限	决策程序	定价机制	发生时间	偿付情况
北京博看文思科技有限责任公司	2,786.90	8%	2 年	董事会决议	市场价	2012 年	已偿还
乐约信息科技有限公司（上海）有限公司	1,000.00	6%	2 年	董事会决议	市场价	2015 年	尚未偿还
北京飞猫无限科技有限公司	1,000.00	10%	2 年	董事会决议	市场价	2015 年	尚未偿还

十一、控股股东、实际控制人对发行人资金占用以及发行人对控股股东、实际控制人的担保情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其关联方违规占用，或者为控股股东、实际控制人及其关联方提供担保的情形。

十二、 发行人内部管理制度的建立及运行情况

（一） 内部管理制度的建立

公司严格按照《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》以及中国证监会有关法律法规的要求规范运作，不断完善公司法人治理结构。公司致力于建立完善的内部控制体系，目前已建立起较为健全的内部控制制度，整套内部控制制度包括法人治理、人力资源管理、业务管理、资金管理、采购管理、投资管理、固定资产管理、关联交易、对外担保、募集资金使用、信息与沟通、内部监督等方面，基本涵盖公司经营管理的各层面和各主要业务环节。通过对公司各项治理制度的规范和落实，公司的治理水平不断提高，有效地保证了公司经营效益水平的不断提升和战略目标的实现。主要工作制度情况如下：

1、财务管理制度

公司制定了《财务管理制度》，建立了财务管理系统，对财务信息的录入、资金支付的审批等均有明确的规定，公司对资金管理建立了严格的授权审批制度，所有的资金流动必须按照规定的流程和授权审批方能办理。审批人应当根据授权审批制度的规定，在授权范围内审批，不得超越审批权限；经办人必须根据其职责范围，按照审批人的批准意见办理资金支付。对于超越授权范围的资金业务，财务人员有权拒绝办理，并及时向审批人的上级授权部门报告。

报告期内，公司财务部门严格执行了资金管理制度，确保了公司资金支付按照规定权限进行审批，有效控制、防范财务风险。

2、控股子公司管理制度

为加强对子公司的管理，维护公司和全体投资者利益，根据有关法律法规和《公司章程》，公司制定了控股子公司管理制度。公司依据《控股子公司管理制度》，对子公司人事、财务、经营决策管理等方面采取有效措施，发挥集团公司的管理优势，规范了子公司的各项内部控制管理。资产控制方面，子公司发生购买或者出售资产（不含购买原材料或者出售商品等与日常经营相关的资产）、对外投资、提供财务资助、租入或者租出资产、赠与或者受赠资产、债权或债务重组、资产抵押、委托理财、关联交易、对外担保、签订委托或许可协议等交易事

项，依据法律法规、部门规章、自律性规则及《公司章程》的规定，应当提交公司董事会审议的，提交公司董事会审议；应当提交公司股东大会审议的，提交公司股东大会审议。子公司发生的上述交易事项的金额，依据法律法规、部门规章、自律性规则、《公司章程》以及《总经理工作细则》的规定，在公司董事会授权公司总经理决策范围内的，依据子公司章程规定由子公司董事会或子公司总经理审议决定。人事控制方面，公司通过子公司股东会行使股东权利制定子公司章程，并依据子公司章程规定推选董事、股东代表监事及高级管理人员，公司向子公司委派或推荐董事、监事及高级管理人员。财务控制方面，公司对子公司的投资规模 and 方向，资产结构、资产安全，成本利润等实施监督，指导和建议。子公司应每月向母公司递交月度财务报表，每一季度向公司递交季度财务报表。子公司应在会计年度结束后一个月之内向母公司递交年度报告以及下一年度的预算报告，年度报告包括营运报告、产销量报表、资产负债报表、损益报表、现金流量报表、向他人提供资金及提供担保报表等。

3、内部审计制度

公司制定了《内部审计制度》，并设有独立的内部审计部门，配备专职的内部审计人员。公司董事会设立审计委员会，由独立董事担任召集人，对公司的内控制度的执行情况进行监督和审查。公司审计部重要职责是加强公司内部控制和监督，维护公司经营秩序和财务制度，建立健全内部控制制度，并有效执行和改善运营状况，对公司、控股子公司及参股公司财务收支等经济行为和高级管理人员履行职务等进行内部审计监督，组织检查监督信贷体系的建立与运行。根据内部审计制度规定，审计部定期对公司的内部控制有效性、项目管理的效率、效果、会计核算以及子公司管理等进行审计，每季度向审计委员会定期报告工作。公司审计部除了对公司内控体系进行持续性的日常监督和检查外，还根据审计委员会的要求，对公司的下属子公司和业务项目进行不定期的专项审计和监督，并将检查过程中发现的问题，与有关部门及时进行沟通，对内控体系存在的缺陷，及时进行修复和健全。

4、信息披露管理制度

为提高公司信息披露工作质量和规范信息披露程序，根据有关法律、法规和

《公司章程》的规定，公司制定了信息披露管理办法。公司负责董事会办公室对外信息披露，具体事务由董事会秘书负责。公司披露事项包括：股东会决议、董事会决议、监事会决议、召开股东大会或变更召开股东大会日期的通知；独立董事的声明、意见及报告；资产的收购、出售与合并；关联交易以及经营中的重大事件。另外，规则中还规定了信息保密事项和免于披露事项。

5、内幕信息知情人登记制度

为进一步完善公司的内幕信息管理,确保信息披露的真实、准确、完整、及时和公平,维护公司的独立性,防范内幕信息知情人滥用知情权、泄露内幕信息、进行内幕交易,根据《公司法》、《证券法》等有关法律、法规,以及《公司章程》的有关规定,公司制定了内幕信息知情人登记制度。制度中定义了内幕信息内幕知情人,并规定了内幕信息登记备案的流程:当内幕信息发生时,知晓该信息的知情人需第一时间告知公司董事会办公室。董事会办公室应及时告知相关知情人的各项保密事项和责任,并依据各项法规制度控制内幕信息传递和知情范围;董事会办公室应第一时间组织相关内幕信息知情人填写《内幕信息知情人登记表》,并及时对内幕信息加以核实,以确保《内幕信息知情人登记表》所填写的内容真实性、准确性;董事会办公室核实无误后提交董事会秘书审核,董事会秘书按照规定向深圳证券交易所、北京证监局进行报备。

6、重大信息内部报告制度

为规范公司的重大信息内部报告工作,保证公司内部重大信息的快速传递、归集和有效管理,及时、准确、完整地披露信息,维护公司及投资者的合法权益,结合公司实际制定了重大信息内部报告制度。需要报告的重大信息包括:需提交发行人董事会、监事会审议的事项;各子公司召开董事会、监事会、股东会并作出的决议;公司独立董事的声明、意见及报告;公司或下属企业发生或拟发生重大交易事项;公司回购股份的相关事项;公司及公司股东发生承诺事项;公司出现使公司面临重大风险的情形。

7、对外投、融资制度

为规范公司的对外投资行为,依照《公司法》、《深圳证券交易所创业板股票

上市规则》等法律、法规、规范性文件的相关规定，以及《公司章程》制定了对外投资制度，对对外投资的审批权限、对外投资管理的组织机构等进行了规定，并指定专门机构和人员负责对外投资可行性研究、风险评估，加强内部审计，以确保对外投资全过程得到有效控制。公司股东大会、董事会为公司对外投资的决策机构；公司总经理为对外投资实施的主要负责人，负责对新的投资项目进行信息收集、整理和初步评估，提出投资建议等，并应及时向董事会汇报投资进展情况；公司证券投资部为项目承办单位，具体负责投资项目的信息收集、项目建议书以及可行性研究报告的编制、项目申报立项、项目实施过程中的监督；公司财务部为对外投资的日常财务管理部门。公司发生的对外投资达到下列标准之一的，由股东大会审议批准，未达到下列标准的，由董事会审议批准：①交易涉及的资产总额（同时存在帐面值和评估值的，以高者为准）占公司最近一期经审计总资产的 50%以上；②交易的成交金额（包括承担的债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50%以上，且绝对金额超过 3000 万元；③交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 300 万元；④交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的主营业务收入占公司最近一个会计年度经审计主营业务收入的 50%以上，且绝对金额超过 3000 万元；⑤交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 300 万元。上述指标涉及的数据如为负值，取绝对值计算。公司的对外投资构成关联交易的，应按照有关关联交易的审批程序办理。

为了规范融资行为，公司根据《中华人民共和国公司法》的相关要求建立了融资管理体系，并在《公司章程》中对公司融资权限进行了规定：公司总经理可在董事会的授权下，审批公司资金、资产运用，对外借款及签订重大合同的权限。

8、对外担保制度

为了保护公司的财产安全和股东的合法权益不受损害，公司依据《中华人民共和国担保法》、中国证监会《关于规范上市公司与关联方资金往来及上市公司对外担保若干问题的通知》以及《公司章程》的有关规定制定了对外担保制度，明确规定了担保业务的评估、批准、执行等环节的控制要求，对担保业务进行严

格控制。规定全体董事应当审慎对待和严格控制对外担保产生的债务风险，并对违规或失当的对外担保产生的损失依法承担连带责任，公司对外担保必须经董事会或股东大会审议。规定公司提供担保的过程应遵循风险控制的原则，在对被担保企业风险评估的同时，严格控制对被担保企业的担保责任限额。

9、关联交易管理制度

为了规范关联交易管理，防范关联交易风险，发行人在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理办法》中对关联方关系、关联交易的内容、关联交易的决策程序等进行了明确规定，公司制订了《关联交易管理办法》，明确规定了公司股东大会、董事会对关联交易事项的审批权限、关联交易事项的审批程序和关联人回避表决程序。

公司关联交易的决策权限为：①公司拟与关联人发生的交易（公司提供担保、受赠现金资产除外）金额在 1000 万元以上（含 1000 万元），且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上（含 5%）的关联交易，除应当及时披露外，还应当聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行审计或者评估，并将该交易提交股东大会审议决定。但公司与关联人进行购买原材料、燃料、动力、销售产品、商品等与日常经营相关的关联交易所涉及的交易标的，可以不进行审计或评估。②公司拟与关联法人发生的交易（公司提供担保除外）金额在 100 万元以上（含 100 万元），且在公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上（含 0.5%）的关联交易，以及公司拟与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易，应由独立董事认可后提交董事会审议决定。③授权总经理审批、决定以下范围内的关联交易（公司提供担保除外）：第一、与关联法人进行的金额低于 100 万元、且低于公司最近一期经审计的净资产值 0.5%的关联交易；第二、与关联法人进行的金额低于 100 万元、但高于公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%的关联交易；第三、与关联法人进行的金额高于 100 万元、但低于公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%的关联交易；第四、与关联自然人进行的金额低于 30 万元的关联交易。

公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会

议所作决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会会议的非关联董事人数不足三人的，公司应当将交易提交股东大会审议。公司股东大会审议关联交易事项时，关联股东应当回避表决。

10、董事、监事和高级管理人员所持公司股份及其变动管理制度

为规范公司董、监、高的股份交易及督促及公告义务，公司制定了《董事、监事和高级管理人员所持公司股份及其变动管理制度》。明确了公司董、监、高的公告义务。

公司董、监、高股份变动管理制度主要包括：

公司董事、监事和高级管理人员在买卖发行人股票及其衍生品种前，应将本人的买卖计划以书面方式通知董事会秘书，董事会秘书应当核查公司信息披露及重大事项等进展情况，如该买卖行为可能存在不当情形，董事会秘书应当及时书面通知董事、监事和高级管理人员，并提示相关风险。

公司董事、监事和高级管理人员及前述人员的配偶在下列期间不得买卖公司股票：（一）公司定期报告（年度报告、半年度报告、季度报告）公告前 30 日内，因特殊原因推迟公告日期的，自原公告日前 30 日起至最终公告日；（二）公司业绩预告、业绩快报公告前 10 日内；（三）自可能对公司股票交易价格产生重大影响的事项发生之日或在决策过程中，至依法披露后 2 个交易日内；（四）深圳证券交易所规定的其他期间。

11、股权激励制度考核办法

为进一步促进公司建立、健全激励与约束机制，完善公司法人治理结构，充分调动公司激励对象的积极性与创造性、提高经营效率，保持公司良好的可持续发展态势，保证公司股权激励计划的实施，公司根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司股权激励管理办法（试行）》、《公司章程》以及其他相关法律法规和规范性文件制定了《股票股权激励计划考核实施办法》。该办法对股权激励的考核目的和范围、考核体系、考核流程、考核结果等级分布、考核结果管理等进行了明确约定，增强了公司股权激励考核的透明度。

12、人力资源建设及管理

公司“员工至上”的核心价值观，形成了人性化的内部管理机制和人力资源管理政策。首先，公司不仅为员工缴纳各类社会保险，同时还为员工提供“意外保障”、“各类交通保险”、“补充医疗”、“住院补贴”等多种商业保险；其次，除去国家规定的法定节假、休假方式外，公司制定多种休假方式，以保证员工可以得到充分的休息，如“带薪春节假”、“郁闷假”、“带薪病假”、“亲子关怀”等；此外，公司还建立了各类基金，如活动基金、健康基金和爱心基金；另外，公司为员工在职期间提供各类补助，包括享受工作餐、交通补助、通讯费补助等，并对在职期间结婚、生育的员工发放相应的特殊津贴。

虽然公司业务在迅速扩大，但公司在业务迅速增长的同时非常重视内部员工的成长和培训。公司结合自身业务的特点，制定了一套高效的内部培训体系，以保证员工的知识可以不断更新，使具有管理能力和专业能力的员工在适合自己的岗位上充分发挥自己的能力。首先，新员工入职后，公司会指定老员工作为新员工的指导人，帮其迅速融入团队，了解企业文化，熟悉公司各项规章制度，并在业务上悉心指导，通过这样的方式，公司培养了一批具有一定管理能力的员工，同时确保了梯队化的员工团队；其次，公司通过内网建立“知识分享系统”系统，员工在需要业务知识时，可以登录系统寻找各类资料，学习各类案例和点评，这种自助式的学习能够帮助员工提高业务能力，扩充知识范围；再次，公司建立了定期培训制度，如每年两次系统的新员工培训、年中领导力培训、户外拓展等；此外，公司还不定期举办各类座谈会和沙龙，使知识得以分享和传递。

13、突发事件应急管理制度

发行人不断完善公司法人治理结构，制定相关的配套制度。发行人目前已经建立了符合现代企业制度的法人治理结构，公司董事会及高管团队对公司的日常经营管理具有较大影响。突发事件，包括但不限于上述相关人员丧失民事行为能力、严重疾病、突然死亡或失踪、涉嫌重大违规、违法行为，或已被执行司法程序以及其他严重影响或可能严重影响债务融资工具本息偿付的、需要立即处置的重大事件等，可能引起发行人临时性人事变动，进而对发行人现行有效的公司治理结构产生一定影响。发行人已建立了较为完善的公司治理体系以及公司内控机制。但仍不排除上述在极端情况下可能发生突发事件所引发公司治理结构突然变

化的风险。

（二） 内部管理制度的运行情况

发行人现有内部管理制度已基本建立健全，能够适应发行人管理的要求和发展的需要，能够对编制真实、公允的财务报表提供合理的保证。发行人内部控制制度制订以来，各项制度得到了有效的实施，保证了发行人财务收支和经营活动的合法性和规范化。

十三、 发行人的信息披露事务及投资者关系管理

为确保公司信息披露的及时、准确、充分、完整，保护投资者合法权益，加强公司信息披露事务管理，促进公司依法规范运作，维护本次债券投资者的合法权益，根据《公司法》、《证券法》等法律、法规及公司章程的有关规定，结合公司的实际情况，发行人制定了《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》。

公司证券部作为负责管理信息披露事务部门，证券部负责人组织和协调公司信息披露事务，汇集公司应予披露的信息并报告董事会，日常负责处投资者关系、准备证监会及交易所要求的信息披露文件，并通过证监会及交易所认可的网站或其他指定渠道公布相关信息。

第六节 财务会计信息

蓝色光标自 2010 年 2 月上市以来，坚持了“内生式”+“外延式”发展的战略思路，其通过直接收购广告业务公司，完成了其由公共关系业务向公共关系+广告业务的营销传播集团全业务链的转变。2013 年 4 月 12 日，公司公布重大资产重组预案，公司拟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李芃、刘彩玲、西藏山南博杰投资咨询合伙企业（有限合伙）、西藏山南博萌投资咨询合伙企业（有限合伙）合计持有的博杰广告 89%的股权，并募集配套资金。

经蓝色光标 2013 年 4 月 10 日第二届董事会第二十九次会议审议通过了《现金及发行股份购买资产并募集配套资金报告书（草案）》的相关议案。2013 年 4 月 23 日公司 2012 年度股东大会审议通过，2013 年 8 月 5 日经中国证券监督管理委员会上市并购重组委审核通过。截至 2014 年 3 月 31 日，该次交易已完成全部资产交割及工商变更。该次交易由中通诚资产评估有限公司出具了中通评报字【2013】51 号《资产评估报告》，以 2013 年 2 月 28 日为基准日，博杰广告 100%股权评估值为 180,337.64 万元。蓝色光标 2013 年 2 月 5 日以自有资金对博杰广告进行增资取得 11%股权，2013 年 4 月 10 日，以 160,200 万元，购买博杰广告剩余 89%股权，整体收购支付对价为 178,020 万元。

本章所引用的财务数据，均引自发行人经审计的 2012 年度、2013 年度、2014 年度审计报告和未经审计的 2015 年 1-9 月财务报表。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 1-9 月财务报表未经审计。

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。

一、会计报表的编制基础

公司 2012 年、2013 年、2014 年度会计报表和 2015 年 1-9 月会计报表均以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部 2006 年 2 月 15 日颁布的《企业会计准则——基本准则》和 38 项具体会计准则、其后颁布的企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他规定进行编制。

二、公司最近三年及一期报表编制方法和范围重大变化情况

（一）合并财务报表编制方法

合并财务报表按照 2006 年 2 月颁布的《企业会计准则第 33 号-合并财务报表》执行。

集团内部所有重大往来余额、交易及未实现利润在合并财务报表编制时予以抵销。子公司的股东权益中不属于母公司所拥有的部分作为少数股东权益在合并财务报表中股东权益项下单独列示。

子公司与母公司采用的会计政策或会计期间不一致的，在编制合并财务报表时，按照母公司的会计政策或会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

对于因非同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并财务报表时，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其个别财务报表进行调整；对于因同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并财务报表时，视同该企业合并于报告期最早期间的期初已经发生，从报告期最早期间的期初起将其资产、负债、经营成果和现金流量纳入合并财务报表，且其合并日前实现的净利润在合并利润表中单列项目反映。

（二）合并报表范围变化情况

表 6-1 2012 年公司合并报表范围变化情况

序号	单位名称	变化情况	变化原因
1	尊岸广告（上海）有限公司	新纳入合并范围	新设立
2	北京史努克科技有限公司	新纳入合并范围	新设立
3	史努克广告（上海）有限公司	新纳入合并范围	新设立

4	上海精准阳光生活传媒广告有限公司	新纳入合并范围	新设立
5	南京精准阳光传媒广告有限公司	新纳入合并范围	新设立
6	BLUEFOCUSCOMMUNICATIONSGROUP OF AMERICA,INC.	新纳入合并范围	新设立
7	上海美广互动广告有限公司	新纳入合并范围	新设立
8	北京全经联合时代文化传播有限责任公司	新纳入合并范围	新收购
9	济南蓝色光标企业管理咨询有限公司	新纳入合并范围	新设立
10	上海今久广告传播有限公司	新纳入合并范围	新设立
11	北京今久广告传播有限责任公司	新纳入合并范围	新收购
12	上海励唐会展策划服务有限公司	新纳入合并范围	新收购
13	北京博看文思科技有限责任公司	新纳入合并范围	新收购
14	北京博看新思科技有限公司	新纳入合并范围	新收购
15	上海爱彼思公共策划有限公司	不再纳入合并范围	注销
16	铃云文化传媒（上海）有限公司	不再纳入合并范围	注销
17	北京蓝色创意品牌管理顾问有限公司	不再纳入合并范围	注销
18	蓝色时尚（北京）文化传播有限公司	不再纳入合并范围	转让
19	上海精渠直道文化传播有限公司	不再纳入合并范围	注销
20	上海便力广告有限公司	不再纳入合并范围	注销
21	上海生活速递直投广告有限公司	不再纳入合并范围	注销

表 6-2 2013 年公司合并报表范围变化情况

序号	单位名称	变化情况	变化原因
1	北京飞鸟创想公关顾问有限公司	新纳入合并范围	新设立
2	海南今久广告传媒有限公司	新纳入合并范围	新设立
3	北京东方传通广告有限公司	新纳入合并范围	新设立
4	北京今久联合房地产经纪有限公司	新纳入合并范围	新设立
5	上海欣风翼市场营销顾问有限公司	新纳入合并范围	新设立
6	山南蓝色光标数字营销有限公司	新纳入合并范围	新设立
7	北京橙色阳光科技有限公司	新纳入合并范围	新设立
8	北京指点互动广告有限公司	新纳入合并范围	新设立
9	上海精准阳光文化传播有限公司	新纳入合并范围	新设立

10	深圳蓝色光标互动营销有限公司	新纳入合并范围	新设立
11	蓝色方略（北京）咨询有限公司	新纳入合并范围	新收购
12	北京盛世鸿天会展服务有限公司	新纳入合并范围	新收购
13	上海湃杰广告有限公司	新纳入合并范围	新收购
14	芒果树园（北京）商贸有限公司	新纳入合并范围	新收购
15	蓝海腾悦（北京）旅行社有限公司	新纳入合并范围	新收购
16	拉萨蓝色方略信息咨询有限公司	新纳入合并范围	新设立
17	西藏山南东方博杰广告有限公司	新纳入合并范围	新收购
18	北京东方博杰广告有限公司	新纳入合并范围	新收购
19	济南蓝色光标企业管理咨询有限公司	不再纳入合并范围	股权转让
20	北京博看文思科技有限责任公司	不再纳入合并范围	股权转让

表 6-3 2014 年公司合并报表范围变化情况

序号	单位名称	变化情况	变化原因
1	We Are Very Social Limited	新纳入合并范围	新收购
2	北京蓝色天幕传媒广告有限公司	新纳入合并范围	新设立
3	Fuse Project, LLC	新纳入合并范围	新收购
4	Phluency, Inc.	新纳入合并范围	新设立
5	SNK AD. LNC	新纳入合并范围	新设立
6	密达美渡传播有限公司	新纳入合并范围	新收购
7	陕西蓝色光标品牌顾问有限公司	新纳入合并范围	新设立
8	SNK Ad Limited	新纳入合并范围	新设立
9	蓝色光标电子商务（上海）有限公司	新纳入合并范围	新设立
10	上海美广云商电子商务有限公司	新纳入合并范围	新设立
11	蓝色光标（上海）投资管理有限公司	新纳入合并范围	新设立
12	蓝色光标（天津）市场营销有限公司	新纳入合并范围	新设立
13	北京北联伟业电子商务有限公司	新纳入合并范围	新收购
14	北京捷报数据技术有限公司	新纳入合并范围	新收购
15	浙江蓝色光标数据科技有限公司	新纳入合并范围	新设立
16	北京东方博杰广告有限公司	不再纳入合并范围	股权转让

17	上海生活速递直投广告有限公司	不再纳入合并范围	股权转让
18	上海尊品生活广告有限公司	不再纳入合并范围	丧失控制权
19	北京先锋生活广告有限公司	不再纳入合并范围	丧失控制权

表 6-4 2015 年 1-9 月公司合并报表范围变化情况

序号	单位名称	变化情况	变化原因
1	Vision 7 Internationsl INC.	新纳入合并范围	收购
2	沈阳新维广告有限公司	新纳入合并范围	收购
3	蓝合汽车销售（上海）有限公司	新纳入合并范围	新设立
4	西藏山南北联伟业电子商务有限公司	新纳入合并范围	新设立
5	北京蓝标畅联科技有限公司	新纳入合并范围	新设立
6	蓝色光标（天津）移动互联科技有限公司	新纳入合并范围	新设立
7	北京橙色阳光科技有限公司	不再纳入合并范围	处置
8	广州蓝色光标电子商务有限公司	新纳入合并范围	新设立
9	Madhouse Inc.（Cayman）	新纳入合并范围	收购
10	多盟智胜网络技术（北京）有限公司	新纳入合并范围	收购
11	Domob Limited	新纳入合并范围	收购
12	蓝瀚（上海）科技有限公司	新纳入合并范围	新设立
13	上海蓝合文化传播有限公司	新纳入合并范围	新设立
14	蓝色光标无限互联（北京）投资管理有限公司	新纳入合并范围	新设立
15	蓝色光标天地互联科技（北京）有限公司	新纳入合并范围	新设立

三、公司最近三年及一期会计数据

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

表 6-5 公司最近三年及一期合并资产负债表

单位：万元

项目	2015 年 9 月末	2014 年末	2013 年末	2012 年末
流动资产：				
货币资金	312,142.07	197,873.80	120,537.70	68,765.33

项目	2015 年 9 月末	2014 年末	2013 年末	2012 年末
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	12,297.86	7,288.12	-	-
应收票据	2,107.61	2,167.66	388.28	343
应收账款	339,011.14	222,355.20	136,222.27	85,006.18
预付款项	30,634.55	19,925.83	18,047.70	6,598.98
应收利息	1,904.04	1,503.24	203.02	-
其他应收款	59,518.07	35,008.25	14,754.87	3,380.45
存货	1,926.10	657.75	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	500	-
其他流动资产	1,200.00	7.35	-	-
流动资产合计	760,741.45	486,787.20	290,653.85	164,093.94
非流动资产：				
可供出售金融资产	152,507.58	97,022.34	5,900.41	2,445.65
长期股权投资	39,631.80	155,263.23	98,710.66	8,038.53
固定资产	11,738.42	4,224.77	5,609.45	10,089.90
在建工程	-	-	24.72	-
无形资产	216,880.52	170,637.52	126,166.16	2,008.26
开发支出	2,457.16	190.02	-	-
商誉	508,825.44	209,575.18	147,785.56	66,038.58
长期待摊费用	12,085.40	12,627.90	15,868.28	3,379.65
递延所得税资产	1,812.13	689.15	768.41	-
其他非流动资产	320.00	-	-	450
非流动资产合计	946,258.45	650,230.11	400,833.65	92,450.58
资产总计	1,706,999.89	1,137,017.31	691,487.49	256,544.51
流动负债：				
短期借款	144,771.83	139,163.48	10,000.00	15,000.00
应付账款	226,123.12	107,875.36	84,678.11	40,395.17
预收款项	39,720.10	16,961.31	16,224.58	3,833.53
应付职工薪酬	14,854.53	8,393.62	5,837.94	4,414.28

项目	2015 年 9 月末	2014 年末	2013 年末	2012 年末
应交税费	18,828.06	23,770.06	13,537.42	7,855.96
应付利息	8,795.18	1,404.02	328.18	304.58
应付股利	-	-	196	1,071.86
其他应付款	166,924.29	56,230.81	23,200.45	13,332.74
一年内到期的非流动负债	19,990.48	19,904.78	-	1,000.00
其他流动负债	149,856.25	74,878.75	-	
流动负债合计	789,863.83	448,582.18	154,002.69	87,208.12
非流动负债：				
长期借款	143,062.96	114,830.35	36,583.30	4,437.50
应付债券	-	-	19,806.04	19,716.63
长期应付款	161,595.10	81,420.45	76,188.79	-
递延所得税负债	43,615.26	28,140.13	18,716.65	
其他非流动负债	99,486.82	-		
非流动负债合计	447,760.14	224,390.93	151,294.78	24,154.13
负债合计	1,237,623.97	672,973.11	305,297.47	111,362.25
所有者权益				
股本	193,116.95	96,478.16	46,431.11	39,672.22
资本公积	110,896.78	212,301.10	250,602.99	57,784.90
其他综合收益	-16,873.98	-3,122.29	-414.56	-183.48
盈余公积	6,535.61	6,535.61	4,333.22	1,993.32
未分配利润	140,460.05	135,168.02	75,663.07	38,240.34
外币报表折算差额	-	-	-	-
归属于母公司所有者权益	434,135.42	447,360.60	376,615.84	137,507.30
少数股东权益	35,240.50	16,683.60	9,574.18	7,674.96
所有者权益合计	469,375.92	464,044.20	386,190.02	145,182.27
负债和所有者权益总计	1,706,999.89	1,137,017.31	691,487.49	256,544.51

2、合并利润表

表 6-6 公司最近三年及一期合并利润表

单位：万元

项目	2015 年 1-9 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
一、营业总收入	579,965.98	597,908.82	358,399.81	217,537.81
其中：营业收入	579,965.98	597,908.82	358,399.81	217,537.81
二、营业总成本	557,166.74	520,727.11	306,173.46	186,779.69
其中：营业成本	419,281.46	408,056.87	234,693.23	140,644.74
营业税金及附加	2,220.23	2,966.00	1,952.19	3,533.63
销售费用	61,696.32	65,563.43	42,771.85	29,307.17
管理费用	49,091.09	41,510.01	23,017.65	12,696.06
财务费用	20,207.31	2,016.85	2,610.40	186.5
资产减值损失	4,670.33	613.96	1,128.14	411.59
公允价值变动损益	9.74	2,288.12	-	-
投资收益	8,514.07	11,678.68	2,720.36	883.06
三、营业利润（亏损以“－”号填列）	31,323.05	91,148.51	54,946.71	31,641.18
加：营业外收入	694.03	3,763.50	8,799.38	4,184.41
减：营业外支出	183.92	116.63	449.1	80.89
四、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	31,833.16	94,795.38	63,296.98	35,744.69
减：所得税费用	10,910.48	20,583.88	15,074.88	9,656.20
五、净利润（净亏损以“－”号填列）	20,922.68	74,211.50	48,222.10	26,088.49
归属于母公司所有者的净利润	19,756.32	71,188.39	43,729.85	23,566.07
少数股东损益	1,166.36	3,023.11	4,492.25	2,522.42

3、合并现金流量表

表 6-7 公司最近三年及一期合并现金流量表

单位：万元

项目	2015 年 1-9 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
一、经营活动产生的现金				

项目	2015 年 1-9 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	557,754.16	551,198.36	337,372.11	190,984.28
收到的税费返还	10.96	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	22,356.97	33,061.24	4,283.88	5,099.21
经营活动现金流入小计	580,122.09	584,259.60	341,655.99	196,083.49
购买商品、接受劳务支付的现金	338,862.61	390,065.58	222,129.18	122,963.90
支付给职工以及为职工支付的现金	119,490.12	71,558.48	38,766.96	24,500.52
支付的各项税费	31,525.13	35,510.34	24,405.16	15,862.66
支付其他与经营活动有关的现金	66,167.99	66,589.24	41,379.19	13,350.38
经营活动现金流出小计	556,045.85	563,723.64	326,680.49	176,677.46
经营活动产生的现金流量净额	24,076.24	20,535.96	14,975.50	19,406.03
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	19,766.06	1,900.00	980.60	151.02
取得投资收益收到的现金	1,974.52	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	34.23	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	42.85	-	9.31	-
收到其他与投资活动有关的现金	4,923.22	931.70	450.00	-
投资活动现金流入小计	26,740.89	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	7,218.05	4,075.03	7,976.76	7,523.86
投资支付的现金	65,056.30	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	155,326.29	124,855.62	15,116.93	12,291.59
支付其他与投资活动有关的现金	2,488.68	8,784.63	1,645.35	1.50

项目	2015 年 1-9 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
投资活动现金流出小计	230,089.33	201,486.89	64,872.36	42,458.66
投资活动产生的现金流量净额	-203,348.45	-193,745.69	-48,181.86	-40,555.05
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	166,282.09	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	353,432.40	326,812.36	76,825.15	20,437.50
发行债券收到的现金	-	-	-	19,780.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	519,714.49	368,059.70	137,084.17	45,030.20
偿还债务支付的现金	180,636.03	72,128.41	50,237.30	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	23,798.11	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	28,514.82	125,610.97	9,815.09	609.73
筹资活动现金流出小计	232,948.96	213,665.61	71,653.10	7,096.70
筹资活动产生的现金流量净额	286,765.53	154,394.09	65,431.08	37,933.50
四、汇率变动对现金的影响	-225.05	-828.26	-52.34	-14.23
五、现金及现金等价物净增加额	107,268.27	-19,643.90	32,172.37	16,770.24
加：期初现金及现金等价物的余额	81,293.80	100,937.70	68,765.33	51,995.08
六、期末现金及现金等价物余额	188,562.07	81,293.80	100,937.70	68,765.33

（二） 母公司财务报表

1、母公司资产负债表

表 6-8 最近三年及一期母公司资产负债表

单位：万元

项目	2015 年 9 月末	2014 年末	2013 年末	2012 年末
流动资产：				
货币资金	178,861.97	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	12,297.86	7,288.12	-	-
应收账款	12,049.76	20,790.31	10,393.43	3,756.64
预付款项	1,507.16	2,226.19	140.97	4,224.76
应收利息	1,154.95	1,467.98	203.02	-
应收股利	2,492.66	-	564.15	283.49
其他应收款	96,582.26	41,270.85	14,663.47	807.05
流动资产合计	304,946.61	169,461.31	77,634.78	50,466.67
非流动资产：				
可供出售金融资产	41,976.63	23,536.16	4,464.27	1,364.27
长期股权投资	463,562.40	420,080.16	325,302.74	105,111.36
固定资产	867.73	818.17	894.76	8,810.84
无形资产	966.64	420.21	1,079.96	1,671.77
长期待摊费用	8,535.52	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	515,908.91	454,240.83	341,801.94	117,408.24
资产总计	820,855.53	623,702.14	419,436.72	167,874.91
流动负债：				
短期借款	87,897.56	86,000.00	10,000.00	15,000.00
应付账款	5,615.94	8,988.45	4,920.03	1,726.26
预收款项	505.17	542.67	540.65	497.59
应付职工薪酬	315.53	302.83	252.64	783.55
应交税费	708.61	3,811.42	491.78	171.04
应付利息	8,563.87	1,258.66	281.67	304.58
应付股利	-	-	-	-
其他应付款	1,224.29	3,121.74	31.60	283.32

项目	2015 年 9 月末	2014 年末	2013 年末	2012 年末
一年内到期的非流动负债	19,990.48	19,904.78	-	1,000.00
其他流动负债	149,856.25	74,878.75	-	
流动负债合计	274,677.69	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	2,966.72	572.03	-	-
其他非流动负债	99,486.82	-	-	-
非流动负债合计	131,603.54	29,122.03	59,856.04	24,154.13
负债合计	406,281.23	227,931.33	76,374.41	43,920.48
所有者权益：				
股本	193,116.95	96,478.16	46,431.11	39,672.22
资本公积	166,477.43	259,418.04	268,863.91	75,946.68
其他综合收益	459.18	-435.55	-	-
盈余公积	6,535.61	6,535.61	4,333.22	1,993.32
未分配利润	47,985.13	33,774.55	23,434.07	6,342.21
所有者权益合计	414,574.29	395,770.81	343,062.31	123,954.43
负债及所有者权益合计	820,855.53	623,702.14	419,436.72	167,874.91

2、母公司利润表

表 6-9 公司最近三年及一期母公司利润表

单位：万元

项目	2015 年 1-9 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
一、营业总收入	19,165.54	35,233.23	22,954.80	10,397.84
其中：营业收入	19,165.54	35,233.23	22,954.80	10,397.84
二、营业总成本	26,423.93	35,576.94	25,709.63	12,111.72
其中：营业成本	7,348.98	22,907.46	14,447.50	3,689.56
利息支出	-	-	-	-

项目	2015 年 1-9 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
营业税金及附加	71.24	151.44	82.56	319.18
销售费用	1,069.10	2,137.41	1,624.18	2,862.49
管理费用	5,499.03	7,856.34	6,987.53	4,845.31
财务费用	12,439.71	2,505.66	2,529.18	376.06
资产减值损失	-4.14	18.63	38.66	19.13
加：公允价值变动收益	9.74	2,288.12	-	-
投资收益	38,171.96	21,298.17	21,236.44	6,394.79
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	30,923.32	23,242.58	18,481.61	4,680.90
加：营业外收入	59.83	457.04	5,750.28	35.75
减：营业外支出	66.65	72.10	249.8	32.36
其中：非流动资产处置损失	0.31	0.04	0.85	0.06
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	30,916.50	23,627.52	23,982.10	4,684.29
减：所得税费用	2,241.63	1,603.59	583.12	-
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	28,674.87	22,023.93	23,398.98	4,684.29

3、母公司现金流量表

表 6-10 公司最近三年及一期母公司现金流量表

单位：万元

项目	2015 年 1-9 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	28,749.94	26,899.12	17,689.59	9,414.91
收到其他与经营活动有关的现金	216,259.65	240,466.39	27,708.05	30,483.88
经营活动现金流入小计	245,009.59	267,365.51	45,397.64	39,898.79
购买商品、接受劳务支付的现金	9,374.68	20,863.80	13,437.17	3,310.90
支付给职工以及为职工支付的现金	1,495.64	1,757.18	2,538.59	3,100.56
支付的各项税费	1,752.73	996.16	3,359.64	612.7

支付其他与经营活动有关的现金	266,472.97	270,105.74	63,819.82	32,220.39
经营活动现金流出小计	279,096.02	293,722.87	83,155.22	39,244.55
经营活动产生的现金流量净额	-34,086.43	-26,357.37	-37,757.57	654.24
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	7,450.00	1,300.00	100	51.02
取得投资收益收到的现金	23,647.33	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	5.61	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	-
投资活动现金流入小计	31,102.94	18247.86	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	1,857.43	1,253.62	6,546.81	5,487.33
投资支付的现金	71,772.73	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	73,630.16	123,620.48	49,592.98	39,097.93
投资活动产生的现金流量净额	-42,527.22	-105,372.62	-14,086.70	-32,870.67
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	2,155.85	38,349.35	59,940.52	4,743.70
取得借款收到的现金	333,757.64	205,850.00	37,299.80	20,437.50
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	19,780.00
筹资活动现金流入小计	335,913.49	244,199.35	97,240.32	44,961.20
偿还债务支付的现金	157,600.08	55,000.00	47,737.30	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	19,142.12	12,276.75	6,979.48	4,223.67
支付其他与筹资活动有关的现金	7,113.52	67,424.48	4.27	519.72

筹资活动现金流出小计	183,855.72	134,701.23	54,721.05	4,743.39
筹资活动产生的现金流量净额	152,057.77	109,498.11	42,519.27	40,217.81
四、汇率变动对现金的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	75,444.11	-22,231.87	-9,325.00	8,001.38
加：期初现金及现金等价物的余额	9,837.86	32,069.73	41,394.73	33,393.35
六、期末现金及现金等价物余额	85,281.97	9,837.86	32,069.73	41,394.73

四、发行人主要财务数据及财务指标

表 6-11 公司最近三年及一期合并口径主要财务数据及财务指标

项 目	2015 年 9 月末/ 2015 年 1-9 月	2014 年末/ 2014 年	2013 年末/ 2013 年	2012 年末/ 2012 年
总资产（亿元）	170.70	113.70	69.15	25.65
总负债（亿元）	123.76	67.30	30.53	11.14
全部债务（亿元）	30.78	27.39	6.64	4.02
所有者权益（亿元）	46.94	46.40	38.62	14.52
营业总收入（亿元）	58.00	59.79	35.84	21.75
利润总额（亿元）	3.18	9.48	6.33	3.57
净利润（亿元）	2.09	7.42	4.82	2.61
扣除非经常性损益后的净利润（亿元）	1.81	6.40	4.18	2.29
归属于母公司所有者的净利润（亿元）	1.98	7.12	4.37	2.36
经营活动产生现金流量净额（亿元）	2.41	2.05	1.50	1.94
投资活动产生现金流量净额（亿元）	-20.33	-19.37	-4.82	-4.06
筹资活动产生现金流量净额（亿元）	28.68	15.44	6.54	3.79
流动比率	0.96	1.09	1.89	1.88
速动比率	0.96	1.08	1.89	1.88
资产负债率（%）	72.50	59.19	44.15	43.41

债务资本比率（%）	39.60	37.12	14.67	21.67
平均总资产回报率（%）	4.66	10.98	14.07	14.30
加权平均净资产收益率（%）	2.53	16.96	19.46	20.55
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率（%）	1.99	14.52	16.62	17.75
EBITDA（亿元）	5.83	10.67	7.15	3.95
EBITDA 全部债务比（%）	18.95	38.96	107.72	98.47
EBITDA 利息倍数	3.26	19.02	21.02	41.93
应收账款周转率	2.76	3.33	3.24	2.56
存货周转率	432.72	1,240.77	-	-

注：

①全部债务=长期借款+应付债券+短期借款+交易性金融负债+应付票据+应付短期债券+一年内到期的非流动负债

②债务资本比率=全部债务/（全部债务+所有者权益）

③平均总资产回报率=（利润总额+利息支出）/[(期初总资产+期末总资产)/2]

④EBITDA=利润总额+计入财务费用的利息支出+固定资产折旧+摊销

⑤EBITDA 全部债务比=EBITDA/全部债务

⑥EBITDA 利息倍数= EBITDA/（资本化利息+计入财务费用的利息支出）

⑦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]

⑧存货周转率=营业成本/[（期初存货余额+期末存货余额）/2]

⑨2012 年年初数以年末数替代。

⑩2015 年三季度平均总资产回报率、应收账款周转率、存货周转率已经年化处理。

五、管理层讨论与分析

为完整反映发行人的经营情况和财务状况，在本节中，发行人以合并财务报表的数据为主，并结合母公司财务报表来进行财务分析以作出简明结论性意见。发行人管理层结合最近三年及一期的财务报表，对公司资产负债结构、现金流量、偿债能力、盈利能力的可持续性以及未来业务的发展目标进行分析。

（一）结构分析

1、合并口径下资产结构分析

表 6-12 最近三年及一期公司资产结构表

单位：万元；%

项目	2015.9.30		2014.12.31		2013.12.31		2012.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	312,142.07	18.29	197,873.80	17.40	120,537.70	17.43	68,765.33	26.80
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	12,297.86	0.72	7,288.12	0.64	-	-	-	-
应收票据	2,107.61	0.12	2,167.66	0.19	388.28	0.06	343	0.13
应收账款	339,011.14	19.86	222,355.20	19.56	136,222.27	19.70	85,006.18	33.14
预付款项	30,634.55	1.79	19,925.83	1.75	18,047.70	2.61	6,598.98	2.57
应收利息	1,904.04	0.11	1,503.24	0.13	203.02	0.03	-	-
其他应收款	59,518.07	3.49	35,008.25	3.08	14,754.87	2.13	3,380.45	1.32
存货	1,926.10	0.11	657.75	0.06	0	0.00	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-	500	0.07	-	-
其他流动资产	1,200.00	0.07	7.35	0.00	-	-	-	-
流动资产合计	760,741.45	44.57	486,787.20	42.81	290,653.85	42.03	164,093.94	63.96
可供出售金融资产	152,507.58	8.93	97,022.34	8.53	5,900.41	0.85	2,445.65	0.95
长期股权投资	39,631.80	2.32	155,263.23	13.66	98,710.66	14.28	8,038.53	3.13
固定资产	11,738.42	0.69	4,224.77	0.37	5,609.45	0.81	10,089.90	3.93
在建工程	-	-	-	-	24.72	0.00	-	-
无形资产	216,880.52	12.71	170,637.52	15.01	126,166.16	18.25	2,008.26	0.78
开发支出	2,457.16	0.14	190.02	0.02	-	-	-	-
商誉	508,825.44	29.81	209,575.18	18.43	147,785.56	21.37	66,038.58	25.74
长期待摊费用	12,085.40	0.71	12,627.90	1.11	15,868.28	2.29	3,379.65	1.32
递延所得税资产	1,812.13	0.11	689.15	0.06	768.41	0.11	-	-
其他非流动资产	320.00	0.02	-	-	-	-	450	0.18
非流动资产合计	946,258.45	55.43	650,230.11	57.19	400,833.65	57.97	92,450.58	36.04
资产总计	1,706,999.89	100.00	1,137,017.31	100.00	691,487.49	100.00	256,544.51	100.00

最近三年及一期得益于自身盈利水平的不断提高及外延式发展，公司资产规模持续扩大。最近三年及一期末，公司总资产规模分别为 256,544.51 万元、691,487.49 万元、1,137,017.31 万元和 1,706,999.89 万元。2013 年末、2014 年末

和 2015 年 9 月末,公司总资产规模分别较上年末增加 434,942.98 万元、445,529.82 万元和 569,982.58 万元,增幅分别达到 169.54%、64.43%和 50.13%。

从资产结构来看,2012 年末、2013 年末、2014 年末和 2015 年 9 月末,公司流动资产占比分别为 63.96%、42.03%、42.81%和 44.57%。总体来看,公司流动资产占总资产比例一直维持在较高水平。公司目前的轻资产结构是由其主营业务特点决定的,公司主营业务为品牌管理服务,属于新兴服务业,业务开展需要占用一定规模的营运资金并投入大量人力资本、智力资本,而非厂房、流水线等固定资产,与传统的工业企业在资产构成上存在较大差异。因此,资产结构中以流动性较强的资产为主,符合公司现代服务业的特点。

(1) 货币资金

最近三年及一期末,公司货币资金余额分别为 68,765.33 万元、120,537.70 万元、197,873.80 万元和 312,142.07 万元,占公司总资产比例分别为 26.80%、17.43%、17.40%和 18.29%。公司货币资金在总资产中所占比重维持在较高水平,主要是因为自 2010 年以来,公司先后收购了多家优质广告公司,实现外延式扩张,随着公司业务规模的不断扩大,管理子公司的不断增多,公司日常运营所需资金量也将相应增加,维持一定的货币资金水平,可以满足公司日常运营需求。

2014 年末,公司货币资金较上年末增加 64.16%,主要原因为公司当年业务增长回款增多;新增并购项目境外融资存单质押及新增收购境、内外公司期末存款余额较大。

2015 年 9 月末,公司货币资金较 2014 年末增加 114,268.27 万元,增幅为 57.75%,主要原因是公司于 2015 年 6 月-9 月新发行“15 蓝色光标 PPN001”和“15 蓝色光标 PPN002”共计 10.0 亿元,以及“15 蓝色光标 CP001”和“15 蓝色光标 CP002”共计 7.5 亿元,其中部分资金尚未按照募集用途支付完毕。

(2) 应收票据

最近三年及一期末,公司应收票据余额分别为 343.00 万元、388.28 万元、2,167.66 万元和 2,107.61 万元,占公司总资产比例分别为 0.13%、0.06%、0.19%和 0.12%。公司与客户结算较少采用票据结算,报告期内公司下属子公司上海蓝

标、蓝色印象的较少几家汽车生产企业客户要求使用银行承兑汇票结算，因该几家客户为国内大型汽车生产企业，有着较高的信誉，公司接受了该客户的银行承兑汇票。总体来看，公司应收票据占流动资产比重一直保持在非常低的水平。

（3）应收账款

最近三年及一期末，公司应收账款余额分别为 85,006.18 万元、136,222.27 万元、222,355.20 万元和 339,011.14 万元，占公司总资产的比例分别为 33.14%、19.70%、19.56%和 19.86%。

2013 年末，公司应收账款余额较 2012 年末增加 51,216.09 万元，增幅为 60.25%，主要系公司当年业务量增长，期末未收回业务款增加所致。其中，子公司思恩客主营业务为设计、制作、代理、发布广告，其业务模式导致应收账款金额偏大。

2014 年末，公司应收账款余额较 2013 年末增加 86,132.93 万元，增幅为 63.23%。一方面，2014 年公司营业收入较 2013 年增加 66.83%，公关业务和广告业务规模的增加导致营业收入增加，相应应收账款有所上升；另一方面，公司 2014 年新增收购 We Are Very Social Limited、密达美渡传播有限公司、Fuse Project, LLC、北京捷报数据技术有限公司、北京北联伟业电子商务有限公司五家公司，这五家公司的营业收入是根据交割完成时间纳入合并范围，应收账款是按期末余额全额增加，应收账款余额时间纳入和营业收入期间纳入金额的不匹配导致公司 2014 年年末应收账款出现较大幅度上升，随着 2015 年合并影响的消除，公司应收账款余额将回归和营业收入匹配的范围。

2015 年 9 月末，公司应收账款余额为 33.90 亿元，较 2014 年末增加 11.66 亿元，变化幅度为 52.46%，主要原因是本期新纳入合并范围的子公司 Vision 7、多盟开曼及多盟智胜和 Madhouse 已有的应收账款带入，以及公司业务量增长期末未收回款项增加所致。上述应收账款的主要变动金额包括：Vision 7 增加 44,732.48 万元、多盟开曼增加 27,699.80 万元、多盟智胜增加 5,153.46 万元，Madhouse 增加 33,576.73 万元。

表 6-13 组合中按账龄分析法计提坏账准备的应收账款情况

单位：万元；%

项目	2015 年 9 月 30 日			
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例
6 个月以内（含 6 个月）	283,234.62	81.67	-	-
6-12 个月以内（含 12 个月）	46,078.99	13.29	948.15	2.00
1 年以内小计	329,313.61	94.95	948.15	-
1-2 年（含 2 年）	15,208.11	4.38	4,562.43	30.00
2-3 年（含 3 年）	2,302.75	0.66	2,302.75	100.00
合计	346,824.48	100.00	7,813.34	-

表 6-14 组合中按账龄分析法计提坏账准备的应收账款情况

单位：万元；%

项目	2014 年 12 月 31 日			
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例
6 个月以内（含 6 个月）	197,766.14	87.93	-	-
6-12 个月以内（含 12 个月）	21,796.47	9.69	435.93	2.00
1 年以内小计	219,562.61	97.62	435.93	-
1-2 年（含 2 年）	4,565.33	2.03	1,369.60	30.00
2-3 年（含 3 年）	778.67	0.35	778.67	100.00
合计	224,906.60	100.00	2,584.20	-

从账龄结构来看，公司应收账款期限以一年以内为主，截至2014年12月31日，公司一年内应收账款余额占应收账款总额比重为97.62%，截至2015年9月30日，公司一年内应收账款余额占应收账款总额比重为94.95%。总体来看，公司账龄结构合理，公司客户诚信度均较高，应收账款的可回收性强。

表 6-15 截至 2015 年 9 月末前五大应收账款交易对方情况

单位：万元；%

单位名称	金额	账龄	占比
客户1	20,033.98	2年以内	5.78%
客户2	19,844.65	1年以内	5.72%
客户3	12,879.05	1年以内	3.71%
客户4	9,781.68	1年以内	2.82%

单位名称	金额	账龄	占比
客户5	7,113.66	1年以内	2.05%
合计	69,653.02	-	20.08%

表 6-16 截至 2014 年末前五大应收账款交易对方情况

单位：万元；%

单位名称	金额	账龄	占比
客户1	16,509.27	1年以内	7.34
客户2	14,314.65	1年以内	6.36
客户3	10,894.06	1年以内	4.84
客户4	9,198.01	2年以内	4.09
客户5	8,697.93	2年以内	3.87
合计	59,613.92	-	26.50

公司应收账款中大客户占比较高，截至 2014 年 12 月 31 日，公司前五大客户应收账款金额合计 59,613.92 万元，占比为 26.50%；截至 2015 年 9 月 30 日，公司前五大客户应收账款金额合计 69,653.02 万元，占比为 20.08%。

公司应收账款中无持发行人 5%（含 5%）以上表决权股份的股东及其他关联方欠款情况。

（4）预付款项

最近三年及一期末，公司预付款项余额分别为 6,598.98 万元、18,047.70 万元、19,925.83 和 30,634.55 万元，占公司总资产比例分别为 2.57%、2.61%、1.75% 和 1.79%。最近三年及一期内公司预付款项占总资产比重较低，主要得益于公司较强的预付款项管理能力。公司采购统一通过采购部，对各类供应商（包括媒介采购费用、劳务外包、活动场地租赁、灯光等设备租赁等）进行资质认证和统一管理，在保证选用优质优价的供应商的情况下，通过统一采购提高与供应商的谈判能力，减少不必要的预付款项支出。

2013 年末，公司预付款项余额较上年末增长 11,448.72 万元，增幅为 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。

2014 年末，公司预付款项余额较上年末增长 1,878.13 万元，增幅 10.41%，主要系公司业务量增长，导致供应商的预付款项增加所致。

2015 年 9 月末与 2014 年末相比，公司预付款项余额增加 10,708.72 万元，变化幅度为 53.74%，主要原因是本期新纳入合并范围的子公司多盟及亿动已有的预付账款带入，导致合并财务报表预付账款增加。

表 6-17 发行人 2014 年末前五名预付款项情况

单位：万元；%

单位名称	金额	账龄
中央电视台	5,131.67	1年以内
北京冠游时空数码技术有限公司	2,379.86	1年以内
北京百度网讯科技有限公司	2,251.30	1年以内
北京奇虎科技有限公司	748.02	1年以内
北京尚合创诚文化传播有限公司	500.00	1年以内
合计	11,010.86	-

截至 2014 年 12 月末，预付款项前五名合计为 11,010.86 万元，占预付款项期末余额的 55.25%。

（5）其他应收款

最近三年及一期末，公司其他应收款分别为 3,380.45 万元、14,754.87 万元、35,008.25 万元和 59,518.07 万元，占公司总资产比例分别为 1.32%、2.13%、3.08% 和 3.49%，金额有所波动。

公司其他应收款基本均为正常经营过程中产生的其他应收款项，非经营性往来款占比极低。报告期内，经营性其他应收款与非经营性往来占款的具体金额及占比如下表所示：

表 6-18 经营性其他应收款与非经营性往来占款的具体金额及占比情况

单位：万元；%

	2015 年 9 月末	2014 年末	2013 年末	2012 年末

	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经营性其他应收款	58,018.07	96.64	35,008.25	100.00	12,817.97	86.87	3,380.45	100.00
非经营性往来占款	1,500.00	3.36	-	-	1,936.90	13.13	-	-
合计	59,518.07	100.00	35,008.25	100.00	14,754.87	100.00	3,380.45	100.00

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，且全部为公司经营过程中正常形成的其他应收款项，性质主要为项目临时借款、项目押金增加及新增租赁办公用房押金。

2013 年末较 2012 年末，公司其他应收款余额增加 11,374.42 万元，增幅为 336.48%，除非经营性占款 1,936.90 万元外，其他均为经营性其他应收款项。截至 2013 年末，公司经营性其他应收款项余额 12,817.97 万元，性质主要为预付保证金、备用金、预付押金及项目借款等，其中预付保证金 8,347.53 万元、备用金 2,872.58 万元、预付押金 1,362.74 万元及项目借款 730.39 万元。2013 年末，公司经营性其他应收款主要构成为子公司博杰广告支付国家广电总局电影卫星频道节目制作中心 5,040.67 万元的媒体履约保证金、中央电视台 3,300.93 万元的媒体履约保证金；北京•松下彩色显象管有限公司 781.84 万元的房屋租金，以及克莱斯勒（中国）汽车销售有限公司的项目备用金 417.23 万元等。

2014 年末，公司其他应收款余额较 2013 年末增加 20,253.38 万元，增幅为 137.27%，全部由经营性其他应收款项组成。截至 2014 年末，公司经营性其他应收款项余额 35,008.25 万元，性质主要为股权转让款、项目合作款、预付保证金、备用金、预付押金及项目借款等，其中股权转让款 12,175.00 万元、项目合作款 10,168.22 万元、预付保证金 3,320.81 万元、备用金 5,822.42 万元、预付押金 3,121.29 万元及项目借款 420.55 万元等。2014 年末，公司经营性其他应收款主要构成为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；博杰广告支付中央电视台 3,034.30 万元的媒体履约保证金；北京松下彩色显象管有限公司 801.84 万元的房屋租金等。

2015 年 9 月末，公司其他应收款余额较 2014 年末增加 24,509.82 万元，增幅为 70.01%，除非经营性占款 1,500 万元外，其他均为经营性其他应收款项。截至 2015 年 9 月末，公司经营性其他应收款项余额 58,018.07 万元，性质主要为项目合作款、预付保证金、项目借款、预付押金、股权转让款及备用金等，其中项目合作款 12,866.69 万元、预付保证金 11,513.95 万元、项目借款 10,143.33 万元、预付押金 9,354.38 万元、股权转让款 8,630.18 万元及备用金 2,956.69 万元等。2015 年 9 月末，公司经营性其他应收款主要构成为公司支付北京市利锦荣房地产开发有限公司 5,000.00 项目押金；博杰广告支付中央电视台 3,034.30 万元的媒体履约保证金；公司应收株式会社电通 2,600 万元、霍尔果斯华新蓝创股权投资管理合伙企业（有限合伙）2,567.35 万元、霍尔果斯蓝标网众股权投资管理合伙企业（有限合伙）2,567.35 万元股权转让款等。

报告期内发行人非经营性往来占款或资金拆借情况如下表所示：

表 6-19 报告期内发行人非经营性往来占款或资金拆借情况

单位：万元

单位名称	金额	利率	期限	决策程序	定价机制	发生时间	偿付情况
北京博看文思科技有限责任公司	2,786.90	8%	2 年	董事会决议	市场价	2012 年	已偿还
乐约信息科技有限公司（上海）有限公司	1,000.00	6%	2 年	董事会决议	市场价	2015 年	尚未偿还
北京飞猫无限科技有限公司	1,000.00	10%	2 年	董事会决议	市场价	2015 年	尚未偿还

注：发行人与北京博看文思科技有限责任公司之间的非经营往来占款已经于 2014 年 11 月 14 日结清。

整体而言，发行人非经营性往来占款或资金拆借情况较少且金额并不重大，且均依据相关法律法规、《公司章程》及内部相关规章制度履行了必要的法律程序，合法合规。

截至 2014 年末，公司以账龄作为信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款余额 24,418.70 万元，其他组合其他应收款余额 10,624.59 万元，该部分其他应收款不计提坏账准备。

表 6-20 2014 年末组合中按账龄分析法计提坏账准备的其他应收款

单位：万元；%

项目	2014 年 12 月 31 日			
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例
6 个月以内（含 6 个月）	23,527.05	96.35	-	-
6-12 个月（含 12 个月）	854.66	3.50	17.09	2.00
1 年以内小计	24,381.72	99.85	17.09	-
1-2 年（含 2 年）	27.19	0.11	8.16	30.00
2-3 年（含 3 年）	9.80	0.04	9.80	100.00
合计	24,418.70	100.00	35.05	-

公司其他应收款期限以一年以内为主，2014 年 12 月末公司一年内其他应收款余额占其他应收款总额比重为 99.85%，其他应收款的可回收性较强。

表 6-21 2015 年 9 月末，其他应收款前五大明细情况

单位：万元

单位名称	金额	占比	形成原因	利率	期限	账龄	回款安排	可收回性	坏账准备
北京市利锦荣房地产开发有限公司	5,000.00	8.40%	押金	无	一年	6 个月以内	项目结束后收回	可以收回	无
中央电视台	3,034.30	5.10%	保证金	无	一年	6 个月以内	项目结束后收回	可以收回	无
株式会社电通	2,600.00	4.37%	股权转让款	无	6 个月以内	6 个月以内	年底前收回	可以收回	无
霍尔果斯华新蓝创股权投资管理合伙企业（有限合伙）	2,567.35	4.31%	股权转让款	无	6 个月以内	6 个月以内	年底前收回	可以收回	无
霍尔果斯蓝标网众股权投资管理合伙企业（有限合伙）	2,567.35	4.31%	股权转让款	无	6 个月以内	6 个月以内	年底前收回	可以收回	无

合计	15,769.00	26.49%	-	-	-	-	-	-	-
----	-----------	--------	---	---	---	---	---	---	---

表 6-22 2014 年末，其他应收款前五大明细情况

单位：万元

单位名称	金额	占比	形成原因	利率	期限	账龄	回款安排	可收回性	已收回情况	坏账准备
北京杰讯传承文化传媒有限公司（新股东）	11,875.00	33.92%	股权转让款	无	6 个月	6 个月以内	6 个月内收回	可以收回	已收回	无
北京沃美广告有限公司	5,739.80	16.40%	项目合作款	无	6 个月	6 个月以内	6 个月内收回	可以收回	已收回	无
Vision 7 International INC.	4,373.42	12.49%	项目合作款	无	1 年	一年以内	1 年以内收回	可以收回	已收回	无
中央电视台	3,034.30	8.67%	保证金	无	1 年	二年以内	年底退款	可以收回	已收回	无
北京 松下彩色显象管有限公司	801.84	2.29%	房租押金	无	10 年	三年以内	房屋租赁期满收回	可以收回	尚未收回	无
合计	25,824.36	73.77%	-	-	-	-	-	-	-	-

表 6-23 2013 年末，其他应收款前五大明细情况

单位：万元

单位名称	金额	占比	形成原因	利率	期限	账龄	回款安排	可收回性	已收回情况	坏账准备
国家广播电影电视总局电影卫星频道节目制作	5,040.67	34.16%	履约保证金	无	一年	6 个月以内	年底收回	可以收回	已收回	无

中心										
中央电视台	3,300.93	22.37%	履约保证金	无	一年	1 年以内、1-2 年	年底收回	可以收回	已收回	无
北京博看文思科技有限责任公司	1,936.90	13.13%	其他关联方往来款	无	6 个月以内	1 年以内、1-2 年	到期收回	可以收回	已收回	无
北京 松下彩色显象管有限公司	781.84	5.30%	房租押金		10 年	1 年以内、1-2 年	房屋租赁期满收回	可以收回	尚未收回	无
克莱斯勒（中国）汽车销售有限公司	417.23	2.83%	项目备用金	无	6 个月以内	1 年以内	项目结束收回	可以收回	已收回	无
合计	11,060.34	74.96%	-	-	-	-	-	-	-	-

表 6-24 2012 年末，其他应收款前五大明细情况

单位：万元

单位名称	金额	占比	形成原因	利率	期限	账龄	回款安排	可收回性	已收回情况	坏账准备
北京 松下彩色显象管有限公司	516.51	15.28%	房租押金	无	10 年	1 年以内	房屋租赁期满收回	可以收回	尚未收回	无
联想集团有限公司项目备用金	338.91	10.03%	项目备用金	无	1 年	1 年以内	项目结束收回	可以收回	已收回	无
克莱斯勒（中国）汽车销售有限公司	279.94	8.28%	项目备用金	无	1 年	1 年以内	项目结束收回	可以收回	已收回	无
微软（中国）有限公司	186.54	5.52%	项目备用金	无	1 年	1 年以内	项目结束收回	可以收回	已收回	无
广汽丰田汽车有限	128.81	3.81%	项目备	无	1	1 年以	项目	可	已	无

公司			用金		年	内	结束 收回	以 收回	收 回	
合计	1,450.70	42.91%	-	-	-	-	-	-	-	-

（6）存货

最近三年及一期末，存货余额分别为 0 万元、0 万元、657.75 万元和 1,926.10 万元，占公司总资产比例分别为 0%、0%、0.06%和 0.11%。2014 年由于公司新设立蓝色光标电子商务（上海）有限公司，该公司从事销售产品业务，导致期末存贷增加。2015 年 9 月末，存货较 2014 年年末增加 1,268.35 万元，增幅为 192.83%，主要是公司 2014 年设立的蓝色光标电子商务（上海）有限公司业务步入正轨，业务规模增长，产品销售增加的同时采购也相应增加，导致存货大幅增加。

（7）长期股权投资

最近三年及一期末，公司长期股权投资余额分别为 8,038.53 万元、98,710.66 万元、155,263.23 万元和 39,631.80 万元。长期股权投资的持续增长主要系公司通过股权投资等方式拓宽客户资源及区域市场所致。

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 HuntsworthPLC19.80%股权，后 HuntsworthPLC 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 WAVS82.84%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 Vision7InternationalULC 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 9 月末，长期股权投资期末余额较期初减少 74.47%，主要是公司上年末收购子公司 Vision 7 International Inc.及沈阳新维广告有限公司，于本期完成交割并纳入合并范围，导致合并财务报表长期股权投资减少；同时，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。

表 6-25 2015 年 9 月末公司长期股权投资构成情况

单位：万元；%

被投资单位名称	期末余额	持股比例
Aries Capital Limited	7,958.76	40
Aries International Limited	3,944.00	25
上海能因博知品牌管理有限公司	18.69	20
北京建飞科联科技有限公司	6,684.08	23.04
上海天与空广告有限公司	773.34	20
上海易络客网络技术有限公司	1,514.95	20
陕西识代运筹信息科技有限公司	834.51	21
北京掌上云景科技有限公司	5,056.77	24
乐约信息科技（上海）有限公司	602.99	27
微岚星空（北京）信息技术有限公司	1,618.25	30
北京玄鸟文化传媒有限公司	3,140.97	30
常州皆米蓝标品牌管理顾问有限公司	25.79	40
天津合创视际广告有限公司	2,484.83	40
北京飞猫无限科技有限公司	904.25	20
北京碧水源净水电子商务有限公司	973.55	16.13
北京博看文思科技有限责任公司	2,200.58	49.9123
Investment in SweetIQ	17.06	8
Investment in aconvertible note	17.06	-
Investment in Columbus Media	82.09	24.9

被投资单位名称	期末余额	持股比例
Madhouse Mobile India Private Limited	779.26	50
合计	39,631.80	-

表 6-26 2014 年末公司长期股权投资构成情况

单位：万元；%

被投资单位名称	期末余额	持股比例
Aries Capital Limited	6,514.33	40.00
Aries International Limited	3,944.00	25.00
上海能因博知品牌管理有限公司	19.01	
北京建飞科联科技有限公司	6,698.92	23.04
上海天与空广告有限公司	873.96	20.00
上海易络客网络技术有限公司	1,533.60	20.00
上海凯诘电子商务有限公司	2,381.43	19.90
常州皆米蓝标品牌管理顾问有限公司	31.50	31.50
沈阳新维广告有限公司	13,770.00	51.00
济南蓝色光标企业管理咨询有限公司	0.53	100.00
杭州网营科技有限公司	3,881.59	22.67
陕西识代运筹信息科技有限公司	638.31	21.00
北京璧合科技有限公司	4,300.00	25.00
北京掌上云景科技有限公司	720.00	24.00
乐约信息科技（上海）有限公司	500.00	27.00
HUNTSWORTH PLC	36,190.41	19.38
微岚星空（北京）信息技术有限公司	198.49	30.00
北京玄鸟文化传媒有限公司	900.00	30.00
Vision 7 International INC.	72,167.15	92.69
北京博看文思科技有限责任公司（注1）	0.00	25.59
合计	155,263.23	-

注 1：发行人于 2014 年对北京博看文思科技有限公司的长期股权投资的期末余额在经长期股权投资权益法调整后为人民币 0.00 元，发行人仍持有北京博看文思科技有限公司股权 25.59%。

(8) 可供出售金融资产

最近三年及一期末，公司可供出售金融资产余额分别为 2,445.65 万元、5,900.41 万元、97,022.34 万元和 152,507.58 万元。

2014 年，公司根据企业会计准则的要求，将不能实施控制、重大影响的权益性股权投资调整至可供出售金融资产，调整金额在 2014 年期初值为 5,900.41 万元，占 2014 年期初总资产的比例为 0.85%。2014 年年末可供出售金融资产值为 97,022.34 万元，占 2014 年期末总资产的比例为 8.53%，较 2014 年年初增加 91,121.93 万元，增加 15.44 倍，主要系公司增加对 Optimix Media Asia Limited 投资 36,705.08 万元、对 Zamplus Holdings Limited 投资 15,293.78 万元及对 Admaster Inc.投资 14,911.44 万元所致。截至 2014 年末，公司按公允价值计量的可供出售权益工具账面价值 6,235.33 万元，按成本计量的可供出售权益工具账面价值 90,787.01 万元。

2015 年 9 月末，可供出售金融资产较 2014 年年末增加 55,485.24 万元，变化幅度为 57.19%，主要系公司根据企业会计准则的要求，于 2015 年将不能实施重大影响的 Huntsworth PLC 及北京璧合科技股份有限公司由长期股权投资变更为可供出售金融资产核算，即当期以长期股权投资权益法计量的账面价值与调整后可供出售金融资产的公允价值进行比较，差额在当期确认为处置后的投资损益。截至 2015 年 9 月末，公司按公允价值计量的可供出售权益工具账面价值 43,670.94 万元，按成本计量的可供出售权益工具账面价值 108,836.63 万元。

表 6-27 2015 年 9 月末公司按公允价值计量的可供出售金融资产构成情况

单位：万元；%

被投资单位名称	期末余额	持股比例
北京华录百纳影视股份有限公司	8,024.78	0.52
Huntsworth PLC	21,583.66	19.59
北京璧合科技股份有限公司	14,062.50	23.34
合计	43,670.94	

表 6-28 2015 年 9 月末公司按成本计量的可供出售金融资产构成情况

单位：万元；%

被投资单位名称	期末余额	持股比例
北京华艺百创传媒科技有限公司	164.27	19.5
殿堂公共关系顾问集团有限公司	180.58	10
上海励唐营销管理有限公司	50.00	10
上海智臻网络科技有限公司	465.76	8.99
北京太合娱乐文化发展股份有限公司	3,000.00	8.89
北京比邻弘科科技有限公司	1,000.00	10
彪洋科技（北京）有限公司	950.00	15
拉卡拉支付有限公司	6,000.00	1.72
拉卡拉（北京）信用管理有限公司	750.00	15
北京杰讯传承文化传媒有限公司	625.00	5
颐和美悦(北京)酒店管理有限公司	70.50	19.2
上海蓝色未来公关顾问有限公司	36.91	10
上海太立光标公关顾问有限公司	50.00	10
北京蓝色天成营销顾问有限公司	10.00	10
广州市有车以后信息科技有限公司	300.00	10
北京智度德普股权投资中心（有限合伙）	5,000.00	6.41
北京云图微动科技有限公司	6,150.00	10
Zamplus(Cayman) Holdings Limited	15,912.20	14.29
Admaster Inc.	15,514.40	11.69
Source Code Fund IIL.P	159.33	3.33
Blab,Inc	1,908.39	9.48
北京玩乐云科技有限公司	500.00	10
北京创金兴业投资中心（有限合伙）	700.00	1.92
iClickInteractiveAsiaLtd.	38,189.30	14.59
北京洪泰启航创业投资中心（有限合伙）	1,000.00	5
苏州工业园区高榕成长投资中心（有限合伙）	200.00	1.79
北京喜乐航科技有限公司	10,000.00	14
合计	108,836.63	-

表 6-29 2014 年末公司按公允价值计量的可供出售金融资产构成情况

单位：万元；%

被投资单位名称	期末余额	持股比例
北京华录百纳影视股份有限公司	6,235.33	0.58
合计	6,235.33	

表 6-30 2014 年末公司按成本计量的可供出售金融资产构成情况

单位：万元；%

被投资单位名称	期末余额	持股比例
北京华艺百创传媒科技有限公司	164.27	19.5
青海昆尚文化传媒有限责任公司	100.00	10
殿堂公共关系顾问集团有限公司	173.56	10
上海励唐营销管理有限公司	50.00	10
上海智臻网络科技有限公司	465.76	8.99
北京太合娱乐文化发展股份有限公司	3,000.00	10
北京比邻弘科科技有限公司	1,000.00	10
彪洋科技（北京）有限公司	950.00	15
拉卡拉支付有限公司	6,000.00	2
拉卡拉（北京）信用管理有限公司	750.00	15
北京杰讯传承文化传媒有限公司（注）	625.00	5
颐和美悦(北京)酒店管理有限公司	70.50	19.2
上海蓝色未来公关顾问有限公司	16.91	10
上海太立光标公关顾问有限公司	50.00	10
北京蓝色天成营销顾问有限公司	10.00	10
广州市有车以后信息科技有限公司	90.00	10
北京智度德普股权投资中心（有限合伙）	5,000.00	6.41
北京云图微动科技有限公司	3,075.00	10
Optimix Media Asia Limited	36,705.08	14.59
Zamplus Holdings Limited	15,293.78	14.29
Admaster Inc.	14,911.44	11.69

被投资单位名称	期末余额	持股比例
Blab,Inc	1,835.70	9.48
北京玩乐云科技有限公司	150.00	10
北京创金兴业投资中心（有限合伙）	300.00	1.92
合计	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”。

（9）固定资产

最近三年及一期末，公司固定资产余额分别为 10,089.90 万元、5,609.45 万元、4,224.77 万元和 11,738.42 万元。公司固定资产主要由办公楼、汽车、办公电子设备构成。

2013 年末，公司固定资产净额期末较期初减少 4,480.45 万元，变化幅度为 44.41%，主要系公司出售坐落于北京市朝阳区酒仙桥路甲 10 号星城国际大厦 6 层、19 层、20 层办公用房所致。

2014 年末，公司固定资产净额期末较期初减少 1,384.68 万元，变化幅度为 24.68%，主要系固定资产主要由办公电子设备和运输工具构成，这两者的平均年折旧额在 20%以上所致。

2015 年 9 月末，公司固定资产净额期末较期初增加 7,513.65 万元，增幅为 177.85%，主要系公司本期新纳入合并范围的子公司 Vision 7 International INC.，该公司已有的固定资产房屋建筑物账面价值及办公电子设备账面价值带入，导致合并财务报表固定资产增加。Vision 7 International INC.在 2015 年 9 月 30 日的固定资产原值为 5,997.90 万元，累计折旧 699.51 万元。

表 6-31 2014 年末公司固定资产构成情况

单位：万元

项目	原值	累计折旧	账面价值
房屋、建筑物	-	71.62	305.13
运输工具	2,089.68	974.96	624.38

办公及电子设备	8,579.81	2,670.19	3,295.26
合计	10,669.50	-	4,224.77

(10) 无形资产

最近三年及一期末，公司无形资产余额分别为 2,008.26 万元、126,166.16 万元、170,637.52 万元和 216,880.52 万元。

2014 年末，公司无形资产余额较上年末增加 44,471.36 万元，增加 35.25%，主要系公司新收购密达美渡传播有限公司、WE ARE VERY SOCIAL、FuseProject, LLC、北京北联伟业电子商务有限公司、北京捷报数据技术有限公司等子公司，根据资产评估报告中评估增值部分确认无形资产，导致无形资产大幅增加。

2015 年 9 月末公司无形资产余额与 2014 年末相比增加了 46,243.00 万元，增幅达 27.10%，主要系公司新收购 Vision 7 Internationals INC.、沈阳新维广告有限公司等子公司，根据资产评估报告中评估增值部分确认无形资产，导致无形资产大幅增加。

公司无形资产主要由协同办公平台、计算机软件、客户关系及品牌等组成，其中品牌公司最主要的无形资产，发行人最近三年及一期因收购而确认的无形资产-品牌明细如下：

表 6-32 发行人最近三年及一期因收购而确认的无形资产-品牌明细构成情况

单位：万元

明细	2015.9.30	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
西藏山南东方博杰广告有限公司	120,047.24	120,047.24	120,047.24	-
北京捷报数据技术有限公司	963.37	963.37	-	-
北京北联伟业电子商务有限公司	1,748.56	1,748.56	-	-
密达美渡传播有限公司	3,940.66	3,787.51	-	-
We Are Very Social Limited	23,659.26	23,420.24	-	-
Fuse Project, LLC	2,162.84	2,080.46	-	-
沈阳新维广告	5,900.00	-	-	-

有限公司				
Vision 7 International INC.	13,453.93	-	-	-
合计	171,875.87	152,047.38	120,047.24	-

发行人在对于新收购的公司并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，并出具了相应的评估报告。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。发行人根据评估机构在收购时点出具的公允价值分摊评估报告确认了相应的无形资产。

（11）商誉

最近三年及一期末，公司商誉余额分别 66,038.58 万元、147,785.56 万元、209,575.18 万元和 508,825.44 万元。

公司于 2011 年收购子公司北京思恩客广告有限公司、北京美广互动广告有限公司、精准阳光（北京）传媒广告有限公司，2012 年收购子公司北京今久广告传播有限责任公司、北京博看文思科技有限责任公司和 2013 年收购子公司蓝色方略（北京）咨询有限公司、西藏山南东方博杰广告有限公司，2014 年收购子公司密达美渡传播有限公司、WE ARE VERY SOCIAL、Fuse Project, LLC、北京北联伟业电子商务有限公司、北京捷报数据技术有限公司导致报告期商誉变动较大。

发行人 2013 年收购西藏山南东方博杰广告有限公司在购买日后 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，根据沃克森（北京）国际资产评估有限公司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），发行人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 124,777.66 万元，调增期初递延所得税负债 18,716.65 万元，调减期初商誉 106,235.90 万元，调减期初未分配利润 174.82 万元。受这两方面共同影响，2014 年年末商誉减少 45,539.69 万元。

2015 年 9 月末，合并报表商誉余额较 2014 年年末增长 140.80%，主要是报

告期内公司完成对 Vision 7 International Inc.、沈阳新维广告有限公司、多盟及亿动的收购，于报告期确认商誉所致。公司商誉构成情况请参见下表：

表 6-33 最近三年及一期末公司商誉原值构成情况

单位：万元

被投资公司名称	2015 年 9 月末	2014 年末	2013 年末	2012 年末
北京博思瀚扬企业策划有限公司（注 1）	973.82	1,638.32	1,638.32	1,638.32
上海欣风翼市场营销顾问有限公司（注 1）	664.50	-	-	-
广州蓝色光标市场顾问有限公司	516.79	516.79	516.79	516.79
北京美广互动广告有限公司	2,127.25	2,127.25	2,127.25	2,127.25
北京思恩客广告有限公司	11,222.73	11,222.73	11,222.73	11,222.73
精准阳光（北京）传媒广告有限公司	12,923.27	12,923.27	12,923.27	12,923.27
北京今久广告传播有限责任公司	37,022.59	37,022.59	37,022.59	37,022.59
北京博看文思科技有限责任公司（注 2）	-	-	-	866.62
蓝色方略（北京）咨询有限公司	3,558.32	3,558.32	3,558.32	-
西藏山南东方博杰广告有限公司	79,055.27	79,055.27	79,055.27	-
收购数码海报业务	-	-	1,093.49	-
北京捷报数据技术有限公司（注 3）	1,425.60	1,782.6	-	-
北京北联伟业电子商务有限公司（注 4）	3,426.05	2,826.05	-	-
密达美渡传播有限公司	9,856.23	9,857.48	-	-
Fuse Project, LLC（注 5）	11,261.83	10,832.88	-	-
We Are Very Social Limited	36,485.99	36,490.62	-	-
沈阳新维广告有限公司	10,023.76	-	-	-
Vision 7 International INC.	83,809.68	-	-	-

Madhouse Inc.	44,544.80	-	-	-
Domob Limited	90,322.05	-	-	-
多盟智胜网络科技(北京)有限公司	69,883.89	-	-	-
合 计	509,104.43	209,854.17	149,158.04	66,317.57

发行人最近三年及一期的商誉减值情况如下：

表 6-34 最近三年及一期末公司商誉减值构成情况

单位：万元

被投资单位名称	2015.9.30	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
北京博思瀚扬企业策划有限公司（注 1）	165.83	278.99	278.99	278.99
上海欣风翼市场营销顾问有限公司（注 1）	113.16	-	-	-
收购数码海报业务（注 6）	-	-	1,093.49	-
合计	278.99	278.99	1,372.48	278.99

注 1：上海欣风翼市场营销顾问有限公司原为北京博思瀚扬企业策划有限公司全资子公司，现已分拆，故将商誉原值及减值准备进行了拆分。

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：北京博看文思科技有限责任公司由发行人的子公司转为权益法核算，对应的商誉已于 2013 年转出，故后续商誉为 0。

注 3：北京捷报数据技术有限公司 2015 年 9 月末商誉原值的减少主要系发行人根据股权转让协议所进行的调整。

注 4：北京北联伟业电子商务有限公司 2015 年 9 月末原值商誉的增加主要系根据股权转让协议所进行的调整。

注 5：Fuse Project, LLC 2014 年商誉的减少为汇率折算产生。

注 6：西藏山南南方博杰广告有限公司子公司北京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 10,934,905.46 元，确认为与数码海报屏业务相关的商誉。该商誉已分配至相关资产组，经减值测试，已发生减值，商誉减值测试过程及结果已经华源资产评估有限责任公司出具的华源

评咨字【2012】第 8621 号评估报告评估。2014 年，西藏山南东方博杰广告有限公司将北京东方博杰广告有限公司 95%股权转让，北京东方博杰广告有限公司不再纳入合并范围，数码海报屏业务一并转出。

发行人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。

对于当期由评估机构在收购时点出具过公允价值分摊报告的标的公司，通常由于收购标在当期未发生重大变化，因此不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装组合的可回收金额。

（12）长期待摊费用

最近三年及一期末，公司长期待摊费用余额分别 3,379.65 万元、15,868.28 万元、12,627.90 万元和 12,085.40 万元。公司长期待摊费用是指已经支出，但摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用，长期待摊费用均在各费用项目的预计受益期间内分期平均摊销，如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益的，将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

2013 年末，公司长期待摊费用较 2012 年增长 12,488.63 万元，增幅为 369.52%，主要原因系自 2013 年起，公司新增办公楼装修费用较大（装修费的摊销期限依据房屋租赁合同的期限而定）。2014 年末，公司长期待摊费用同比减少 3,240.38 万元，降幅为 20.42%。2015 年 9 月末，公司长期待摊费用余额与上年末相比变化不大。

2、合并口径下负债结构分析

表 6-35 最近三年及一期末公司负债结构情况

单位：万元；%

项目	2015.9.30		2014.12.31		2013.12.31		2012.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	144,771.83	11.70	139,163.48	20.68	10,000.00	3.28	15,000.00	13.47
应付账款	226,123.12	18.27	107,875.36	16.03	84,678.11	27.74	40,395.17	36.27
预收款项	39,720.10	3.21	16,961.31	2.52	16,224.58	5.31	3,833.53	3.44
应付职工薪酬	14,854.53	1.20	8,393.62	1.25	5,837.94	1.91	4,414.28	3.96
应交税费	18,828.06	1.52	23,770.06	3.53	13,537.42	4.43	7,855.96	7.05
应付利息	8,795.18	0.71	1,404.02	0.21	328.18	0.11	304.58	0.27
应付股利	-	-	-	-	196	0.06	1,071.86	0.96
其他应付款	166,924.29	13.49	56,230.81	8.36	23,200.45	7.60	13,332.74	11.97
一年内到期的非流动负债	19,990.48	1.62	19,904.78	2.96	-	-	1,000.00	0.90
其他流动负债	149,856.25	12.11	74,878.75	11.13	-	-	-	-
流动负债合计	789,863.83	63.82	448,582.18	66.66	154,002.69	50.44	87,208.12	78.31
长期借款	143,062.96	11.56	114,830.35	17.06	36,583.30	11.98	4,437.50	3.98
应付债券	-	-	-	-	19,806.04	6.49	19,716.63	17.70
长期应付款	161,595.10	13.06	81,420.45	12.10	76,188.79	24.96	-	-
递延所得税负债	43,615.26	3.52	28,140.13	4.18	18,716.65	6.13	-	-
其他非流动负债	99,486.82	8.04	-	-	-	-	-	-
非流动负债合计	447,760.14	36.18	224,390.93	33.34	151,294.78	49.56	24,154.13	21.69
负债合计	1,237,623.97	100.00	672,973.11	100.00	305,297.47	100.00	111,362.25	100.00

随着经营规模的不断扩大，最近三年及一期末负债总额逐步上升，分别为 111,362.25 万元、305,297.47 万元、672,973.11 万元和 1,237,623.97 万元。

2012 年以前，公司负债全部由流动负债构成，2012 年，公司发行公司债券筹资 2 亿元，同时向浦发银行申请 3 年期贷款，导致当年末非流动负债增加。2013 年，公司长期借款规模继续扩大，同时因公司在部分股权收购过程中针对业绩承诺及补偿、交易对价的调整进行约定，并相应确认长期应付款，使得长期应付款

余额大幅增加。上述因素共同导致当年末公司非流动资产余额同比较快增长，占负债总额的比例也相应提升至 46.26%。2014 年，随着公司业务增长较快，对流动资金需求增加，同时外延式收购有时需平滑现金支付收购款导致负债增加较快。

公司负债构成主要为短期借款、应付账款、预收款项、其他应付款、长期借款、长期债券和长期应付款等，其他科目占负债总额的比例较低。

（1）短期借款

2012 年末、2013 年末、2014 年末和 2015 年 9 月末，公司短期借款余额分别为 15,000.00 万元、10,000.00 万元、139,163.48 万元和 144,771.83 万元。

2012 年，因经营发展所需，公司借入部分短期借款以补充流动资金，导致当年末短期借款余额增加至 15,000.00 万元。2013 年，公司以长期借款作为外部融资的主要形式，当年末短期借款余额缩减至 10,000 万元。

2014 年末，短期借款余额较 2013 年增加 129,163.48 万元，增幅为 1291.63%，主要系公司业务规模扩大新增新增北京银行、汇丰银行、永隆银行、招商银行、浦发银行、花旗银行贷款。

2015 年 9 月末，公司短期借款余额较上年末增加 5,608.35 万元，增幅为 4.03%，变动较小。

表 6-36 最近三年及一期末公司短期借款情况

单位：万元；%

项目	2015 年 9 月 30 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信用借款	53,000.00	36.61	15,000.00	10.78	10,000.00	100.00	10,000.00	66.67
保证借款	91,771.83	63.39	124,163.48	89.22	-	-	5,000.00	33.33
合计	144,771.83	100.00	139,163.48	100.00	10,000.00	100.00	15,000.00	100.00

（2）应付账款

公司应付账款主要包括应付的媒体采购费、网站投放费、劳务外包费、活动场地租赁费、舞台设备租赁费用等。最近三年及一期末，公司应付账款余额分别为 40,395.17 万元、84,678.11 万元、107,875.36 和 226,123.12 万元，总体呈上升

趋势。

2011 年以来，通过外延式并购，公司业务扩张至包括广告在内的营销传播服务，业务量较快增加，导致应付供应商款项相应增加。

2013 年末，公司应付账款余额较 2012 年增加 44,282.94 万元，增幅为 109.62%，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。

2014 年年末，公司应付账款余额同比增加 23,197.25 万元，主要原因是因为公司业务量增长及本期新收购境内、外公司应付款项增加带入公司合并报表。

2015 年 9 月末，公司应付账款余额 22.61 亿元，较 2014 年增加 11.82 亿元，变化幅度为 109.62%，主要是公司本期新纳入合并范围的子公司 Vision 7 International INC.、多盟及 Madhouse 已有应付账款带入，导致合并财务报表应付账款增加。上述应付账款的主要变动金额包括：Vision 7 增加 63,538.58 万元，多盟智胜增加 12,848.98 万元，多盟开曼增加 13,705.68 万元，Madhouse 增加 30,488.54 万元。

（3）预收款项

最近三年及一期末，公司预收款项余额分别为 3,833.53 万元、16,224.58 万元、16,961.31 万元和 39,720.10 万元。公司所提供的公关及广告服务流程是与客户签订协议后，先以自有资金开展，按照合同规定在项目完成后，进行结算并收款，此种业务特点导致公司一直以来预收款项金额较小。

2014 年末，公司预收款项余额较上年末增加 736.73 万元，增幅为 4.54%。公司预收款项余额增加，主要系因公司业务增长，所收到的预收服务费和项目进度款相应增加所致。

2015 年 9 月末，公司预收款项余额分别较上年末增加 22,758.79 万元，增幅为 134.18%，主要是原因是公司预收服务费及广告投放款增加，及本期新纳入合并范围的子公司 Vision 7 International INC.及多盟公司已有预收款项带入，导致合并财务报表预收款项增加。

（4）应交税费

公司应交税费余额主要包括计提的尚未缴纳的企业所得税、增值税及代扣的员工个人所得税。最近三年及一期末，公司应交税费余额分别为 7,855.96 万元、13,537.42 万元、23,770.06 万元和 18,828.06 万元。

报告期内应交税费的增长，主要系公司业务增长，导致流转税、所得税相应增加所致。2014 年末，公司应交税费余额较期初增长 10,232.64 万元，增幅为 75.59%，主要原因为当年公司业务量上升，应交税费相应增加。2015 年 9 月末，公司应交税费的规模较去年同期基本持平。

（5）其他应付款

最近三年及一期末，公司其他应付款余额分别为 13,332.74 万元、23,200.45 万元、56,230.81 万元和 166,924.29 万元。

2013 年末，公司其他应付款余额同比增加 9,867.71 万元，增幅为 74.01%，主要原因系公司收购 WE ARE VERY SOCIAL LIMITED 股权，即将在一年内支付相应款项。

2014 年末，公司其他应付款余额较上年末增加 33,030.36 万元，增幅为 142.37%，主要系公司新增收购境、内外公司股权，部分款项尚未到支付期，支付款项和收购协议价格的差额计入其他应付款。

2015 年 9 月末，公司其他应付款余额 16.69 亿元，较 2014 年增加 11.07 亿元，增幅为 196.86%，主要系报告期（1）公司收购子公司多盟及 Madhouse 已有其他应付款项带入、（2）公司收购所需要支付投资者的融资款项以及（3）公司投资对价款由长期应付调整至其他应付款，导致合并财务报表其他应付款增加。上述其他应付账款的主要变动金额包括：多盟开曼增加 4,125.60 万元，Madhouse 增加 8,529.75 万元，收购多盟、Madhouse 需要支付投资者的融资款项 63,000.00 万元、北京今久收购沈阳新维的股权支付款 5,300 万，公司将需要在 2016 年支付的投资对价款由长期应付调整至其他应付款 23,171.44 万元。

（6）长期借款

最近三年及一期末，公司长期借款余额分别为 4,437.50 万元、36,583.30 万元、114,830.35 和 143,062.96 万元。

2012 年以来，随着业务规模和对外收购的逐渐扩大，公司逐渐将长期借款作为主要融资形式。2013 年末，公司长期借款余额较期初增长 32,145.80 万元，增幅达 724.41%，主要系公司的全资子公司蓝色光标国际传播集团有限公司向浦发银行贷款美元 6,000.00 万用于收购英国 Huntsworth 公司部分股权所致。

2014 年末，公司长期借款余额较期初增加 78,247.05 万元，增幅达 213.89%，主要系公司收购境内外公司新增招商银行香港分行和浦发银行长期借款所致。

2015 年 9 月末，公司长期借款余额较 2014 年末增加 28,232.61 万元，增幅为 24.59%，主要原因为公司于 2014 年度新纳入合并范围的 Vision 7 International INC.，该公司已有长期借款计入合并范围，导致合并财务报表长期借款增加。

（7）长期应付款

最近三年及一期末，公司长期应付款余额分别为 0 万元、76,188.79 万元、81,420.45 和 161,595.10 万元。

2013 年末，公司长期应付款余额增长较快，主要原因系公司在收购博杰广告和 we are very social 公司过程中针对业绩承诺及补偿、交易对价而相应确认的长期应付款。2014 年末，长期应付款余额为 8.14 亿元，较 2013 年末增加 0.52 亿元，变化幅度为 6.9%，变化较小。2015 年 9 月末，长期应付款余额为 16.16 亿元，较 2014 年末增加 8.02 亿元，变化幅度为 98.47%，主要原因是 2015 年前三季度公司为完成收购子公司多盟及亿动公司，取得第三方投资者的长期融资款项，导致合并财务报表长期应付款增加，其计入当期报表的金额为 10.00 亿元。

表6-37 发行人最近三年及一期的长期应付款情况明细如下

单位：万元

明细	2015.9.30	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31	最晚支付时间	支付方式
西藏山南东方博杰广告有限	28,550.00	28,550.00	40,050.00	-	2016 年	现金

公司 原股东						+ 发 行 股 份
We Are Very Social Limited 原股东	27,681.09	30,275.19	36,138.79	-	2017 年	现金
密达美渡传播 有限公司 原股 东	-	6,833.67	-	-	2016 年	现金
Fuse Project, LLC 原股东	174.01	8,383.03	-	-	2017 年	现金
精准阳光（北 京）传媒广告有 限公司 原股东	-	3,247.56	-	-	2016 年	现金
沈阳新维广告 有限公司 原股 东	4,590.00	4,131.00	-	-	2018 年	现金
北京北联伟业 电子商务有限 公司 原股东	600.00	-	-	-	2017 年	现金
深圳平安大华 汇通财富管理 有限公司	100,000.00	-	-	-	2018 年	现金
合 计	161,595.10	81,420.45	76,188.79	-	-	-

①西藏山南东方博杰广告有限公司

2013 年 4 月，发行人与李芑、刘彩玲、西藏山南博杰投资咨询合伙企业（有限合伙）和西藏山南博萌投资咨询合伙企业（有限合伙）签订《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司以现金及发行股份购买资产的协议书》，根据协议以西藏博杰 2013 年、2014 年、2015 年实际利润任务为业绩对赌，若被收购公司达成业绩指标后，发行人将调整支付对价 400,499,984.83 元，据此发行人在投资当年（2013 年）确认该部分调整价款为长期应付款即 400,499,984.83 元。

2014 年 11 月 19 日，发行人召开第三届董事会第二十次次会议，根据西藏博杰 2013 年的业绩实际完成情况及 2014 年预计业绩完成情况，西藏博杰购买价格存在较大调增的可能性。根据转让方要求，为激励西藏博杰股东及管理层积极性，同意发行人与李芑、刘彩玲及博杰投资、博萌投资签署《关于提前支付调增

价款的补充协议》，在满足补充协议约定的支付前提条件后，发行人将按照补充协议约定的方式提前向转让方支付部分调增价款（简称“预支款”），预支款项金额为 11,500 万元人民币。截止 2014 年 12 月 31 日，长期应付款余额为 285,499,984.83 元。

②We Are Very Social Limited

2013 年 12 月，发行人全资子公司蓝色光标国际传播集团有限公司（以下简称“香港蓝标”）与 Robin Grant、Nathan McDonald 等 WAVS 公司股东签订了《Sale and Purchase and Option and Shareholders Deed》，根据协议约定，股权收购总金额根据 WAVS 公司在 2014 年、2015 年、2016 年的经营业绩情况会进行调整，但业绩对赌所支付的对价将不会超过 36,289,390 英镑。香港蓝标据此在投资当年（2013 年）确认了长期应付款 36,289,390 英镑。

③密达美渡传播有限公司

2014 年 3 月，发行人全资子公司蓝色光标国际传播集团有限公司（以下简称“香港蓝标”）与自然人李孔仁、陈惠娟等八名密达美渡原股东签订了《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》，股权收购价格根据密达美渡 2012 年（2012 年 4 月 1 日至 2013 年 3 月 31 日）税后净利润的 10 倍 PE 计算，但根据业绩补偿条件若密达美渡在 2015 年的净利润达到约定净利润，则对价调整为 12 倍 PE。香港蓝标据此按照 12 倍 PE 作为长期投资入账并扣除 2014 年支付的股权转让款后确认长期应付款 89,221,395.00 港元，并后续根据香港的长期借款利率进行了折现后最终在投资当年（2014 年）确认长期应付款 86,622,713.60 港币（2014 年末折合人民币 68,336,658.76 元）。

④Fuse Project, LLC

2014 年 7 月，发行人全资子公司 Bluefocus Communication Group of American, Inc.（以下简称“美国蓝标”）与 Yves Behar 签订《股权转让协议》，蓝标美国以自筹资金的方式收购 Fuse 公司 75% 成员权益。根据股权转让协议美国蓝标收购目标公司的总价将会根据目标公司 2014 年、2015 年、2016 年未来 3

年的经营数据有所调整，美国蓝标据此在投资当年（2014 年）确认长期应付款 1,3700.00 万美元。

⑤精准阳光（北京）传媒广告有限公司

2014 年 1 月，发行人之全资子公司上海蓝色光标公关服务有限公司（以下简称“上海公关”）与自然人杨卉、李涤非、黄明、李磊、钱实穆签订《出资转让协议书》，上海蓝标合计受让精准阳光 39.97% 股权，总计支付资金为 136,397,625.00 元。根据协议上海公关将于 2014 年 4 月 30 日前支付转让价款的 50%，2015 年 3 月 31 日前支付转让价款的 25%，2016 年 3 月 31 日前支付转让价款的 25%。上海公关根据三年期国债利率 5% 对其将于 2016 年支付的款项进行了折现，在投资当年（2014 年）折现后确认长期应付款 32,475,625.00 元。

⑥沈阳新维广告有限公司

2014 年 12 月，发行人之全资子公司北京今久广告有限公司（以下简称“今久广告”）与自然人祝胜楠、沈阳瑞奇广告服务中心（有限合伙）签订了《关于沈阳新维广告有限公司股权转让协议》，今久广告受让沈阳新维广告有限公司 51.00% 股权，总计支付资金约为 1.377 亿元。本次股权转让定价以 2014 年标的公司的税后净利润 2,700.00 万元为基础，以 10 倍 PE 作为估值依据确认被收购公司的估值。

根据股权转让协议，今久广告在 2014 年支付了第一笔股权转让款 2,550.00 万，在标的公司完成特定债务、工商变更及清理子公司后支付第二笔、第三笔股权转让款共计 7,089.00 万（该部分股权转让款根据预期应于 2015 年支付），对于股权转让款的剩余尾款共计 4,131.00 万视其在 2015 年、2016 年及 2017 年的业绩实现情况进行调整后支付。

2015 年根据 2014 年的当期净利润对后续应支付的长期应付款进行了调整。

3、合并口径下所有者权益结构分析

表6-38 最近三年及一期末发行人所有者权益结构

单位：万元；%

项目	2015.9.30		2014.12.31		2013.12.31		2012.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

股本	193,116.95	41.14	96,478.16	20.79	46,431.11	12.02	39,672.22	27.33
资本公积	110,896.78	23.63	212,301.10	45.75	250,602.99	64.86	57,784.90	39.80
其他综合收益	-16,873.98	-3.59	-3,122.29	-0.67	-414.56	-0.11	-183.48	-0.13
盈余公积	6,535.61	1.39	6,535.61	1.41	4,333.22	1.12	1,993.32	1.37
未分配利润	140,460.05	29.92	135,168.02	29.13	75,837.89	19.63	38,240.34	26.34
外币报表折算差额	-	-	-	-	-	-	-	-
归属于母公司所有者权益合计	434,135.42	92.49	447,360.60	96.40	376,790.66	97.52	137,507.30	94.71
少数股东权益	35,240.50	7.51	16,683.60	3.60	9,574.18	2.48	7,674.96	5.29
所有者权益合计	469,375.92	100.00	464,044.20	100.00	386,364.84	100.00	145,182.27	100.00

(1) 股本

2012 年末、2013 年末、2014 年末和 2015 年 9 月末，公司股本分别为 39,672.22 万元、46,431.11 万元、96,478.16 万元和 193,116.95 万元，同比增长 6,758.89 万元、50,047.05 万元和 96,638.79 万元，增幅分别为 17.04%、107.79%和 100.17%。

2012 年 3 月，公司进行 2011 年度权益分配 10 转增 10，股本增加至 36,000.00 万元；2012 年 5 月，公司实施激励计划首次授予一期期权行权，行权股票期权数量为 438.825 万股，使公司股本增至到 36,438.825 万元；2012 年 6 月，公司收购今久广告，发行股份 3,233.3991 万股购买资产，使股本增至 39,672.22 万元。

2013 年 4 月，公司实施了激励计划首次授予第一年及一期期权行权计划，行权股票期权数量为 502.29 万股，公司股本增加至 40,272.96 万股；2013 年 8 月，公司发行股份购买西藏山南东方博杰广告股份，新增股份 4,886.7199 万股，公司股本增加至 45,159.6840 万股；2013 年 8 月，公司非公开发售人民币普通股票募集资金，股本增加至 46,431.1125 万元。

2014 年 2 月，公司完成了限制性股票激励计划，激励对象以货币资金形式缴纳的 29,195.28 万元股权款中，974.15 万元计入股本，其余资金计入资本公积。

2014 年 5 月 30 日，公司以现有股本 47,405.2625 万股为基数，以资本公积转增股本，向全体股东每 10 股转增 10 股，合计转增股本 47,405.2625 万股，转

增后股本变更为人民币 94,810.525 万元，公司总股数由 47,405.2625 万股增加至 94,810.525 万股。本事项已经天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)出具天职业字[2014]10302 号验资报告。

2014 年 7 月 2 日，公司实施了股票期权激励计划预留期权第一年及一期期权行权，行权的股票期权的数量为 185.6 万股，公司注册资本由人民币 94,810.525 万元增加至人民币 94,996.125 万元，公司总股数由 94,810.525 万股增加至 94,996.125 万股。本事项已经天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)出具天职业字[2014]10303 号验资报告。

2014 年 7 月 2 日，公司实施了股票期权激励计划首次授予第三期期权行权，行权的股票期权的数量为 1,482.03 万股，公司注册资本由人民币 94,996.125 万元增加至人民币 96,478.155 万元，公司总股数由 94,996.125 万股增加至 96,478.155 万股。本事项已经天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)出具天职业字[2014]10304 号验资报告。

2015 年 3 月 6 日，公司根据 2014 年 12 月 30 日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限制性股票的议案》，对离职人员已获授权但尚未解锁的限制性股票共计 69 万股进行了回购注销。公司注册资本由人民币 96,478.155 万元减少至人民币 96,409.155 万元，公司总股数由 96,478.155 万股减少至 96,409.155 万股。

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。天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）于 2015 年 4 月 30 日出具天职业字[2015]9584 号验资报告，审验了公司截至 2015 年 4 月 30 日止新增注册资本及股本情况,认为：截至 2015 年 4 月 30 日止，贵公司已收到 163 名激励对象限制性股票缴纳的股权款 32,264,420.00 元，全部以货币资金支付，其中 2,296,400.00 元增加股本，其余资金计入资本公积。本次变更增加股本 2,296,400.00 元。截止 2015 年 4 月 30 日止，变更后的累积注册资本为人民币 966,387,950.00 元，股本为人民币 966,387,950.00 元。

2015年6月9日，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（含税；扣税后，QFII、RQFII以及持有股改限售股、首发限售股的个人和证券投资基金每10股派1.347755元；持有非股改、非首发限售股及无限售流通股的个人、证券投资基金股息红利税实行差别化税率征收，先按每10股派1.422631元，权益登记日后根据投资者减持股票情况，再按实际持股期限补缴税款；对于QFII、RQFII外的其他非居民企业，发行人未代扣代缴所得税，由纳税人在所得发生地缴纳）。同时，以资本公积金向全体股东每10股转增9.983377股。本次资本公积金转增股本前公司总股本为966,387,950股，资本公积金转增股本后总股本增至1,931,169,473股。

（2）资本公积

最近三年及一期末，公司资本公积余额分别为57,784.90万元、250,602.99万元、212,301.10万元和110,896.78万元。

2015年9月末公司资本公积余额较2014年末减少了101,404.32万元，降幅达到47.76%，主要系公司于2015年6月9日以资本公积金向全体股东每10股转增9.983377股，本次资本公积金转增股本前公司总股本为966,387,950股，资本公积金转增股本后总股本增至1,931,169,473股，影响金额为减少资本公积96,478.15万元。

（3）盈余公积

最近三年及一期末，公司盈余公积余额分别为1,993.32万元、4,333.22万元、6,535.61和6,535.61万元，呈逐年上升趋势，主要系近几年公司经营状况良好，实现净利润较多，提取的盈余公积金相应增加所致。公司盈余公积计提比例为当年净利润的10%。公司2012年净利润为26,088.49万元，当年计提盈余公积2,608.85万元；2013年净利润为48,396.92万元，当年计提盈余公积4,839.70万元；2014年净利润为74,211.50万元，当年计提盈余公积7,421.15万元。

（4）未分配利润

最近三年及一期末，公司未分配利润分别达到38,240.34万元、75,837.89万元、135,168.02万元和140,460.05万元，同比增幅分别达到104.03%，98.32%，

78.23%和 3.92%呈较快增长趋势，得益于内生式增长及外延式增长并重的发展策略，近年来公司经营效益良好，利润不断增加。

4、盈利能力分析

如无特殊说明，本小节所引用的数据均来自于公司最近三年及一期的合并报表。

(1) 营业收入与营业成本分析

表 6-39 最近三年及一期公司主要盈利数据表

单位：万元；%

项目	2015 年 1-9 月		2014 年		2013 年		2012 年
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	579,965.98	41.49	597,908.82	66.83	358,399.81	64.75	217,537.81
营业成本	419,281.46	47.21	408,056.87	73.87	234,693.23	66.87	140,644.74
营业利润	31,323.05	-49.66	91,148.51	65.27	54,946.71	74.31	31,641.18
营业外收入	694.03	-39.66	3,763.50	-57.23	8,799.38	110.29	4,184.41
营业外支出	183.92	17.17	116.63	-74.03	449.10	455.18	80.89
利润总额	31,833.16	-49.64	94,795.38	49.28	63,296.98	77.66	35,744.69
净利润	20,922.68	-60.31	74,211.50	53.34	48,222.10	85.51	26,088.49

2012 年、2013 年、2014 年及 2015 年 1-9 月，公司分别实现营业收入 217,537.81 万元、358,399.81 万元、597,908.82 万元和 579,965.98 万元，总体呈现较快的增长趋势。

2013 年和 2014 年，公司营业收入分别较上年增长 140,862.00 万元和 239,509.01 万元，增幅分别达 64.75%和 66.83%；2015 年 1-9 月，公司营业收入较上年同期增长 41.49%。公司营业收入的跨越性增长主要得益于公司所处的公共关系及广告行业的快速发展，公司自身实力的显著增强及公司市场占有率逐步提升、名牌知名度逐步扩大，同时公司通过外延式发展积极购并行业内优质公司，

共同推动公司营业收入的增加。

表 6-40 最近三年各业务板块收入情况

单位：万元

业务板块	2014 年		2013 年		2012 年	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例
公关业务	280,895.33	47.02%	195,522.82	54.56%	118,657.57	54.55%
广告业务	314,003.68	52.56%	162,231.73	45.27%	98,855.87	45.45%
销售业务	2,499.64	0.42%	640.88	0.18%	-	-
合计	597,398.65	100.00%	358,395.43	100.00%	217,513.44	100.00%

注：销售业务主要是在客户举办的会展活动中为客户提供定制产品，如数码商品等，该类业务在总体业务收入和成本中占比很小。

公司的主营业务为公共关系服务和广告服务。近年来，公关业务在公司营业收入中占比逐步下降，广告业务收入在公司营业收入中占比有所提高。2014 年，公司公关业务板块和广告业务板块营业收入分别为 280,895.33 万元和 314,003.68 万元，在公司营业收入总额中所占比例分别为 47.02%和 52.56%。

2013 年和 2014 年，公司公关业务收入分别较上年增长 76,865.25 万元和 85,372.51 万元，增幅分别为 64.78%和 43.66%，呈现出较快的增长趋势，主要系公司公共公关业务发展良好，客户基础不断扩大所致。

2013 年和 2014 年，公司广告业务收入分别同比增长 63,375.86 万元和 151,771.96 万元，增幅分别为 64.11%和 93.55%。除自身业务不断扩展外，公司广告收入的持续大幅增长主要得益于其外延式发展策略。近年来，公司先后借助资本市场平台，收购了多家优质广告公司，也产生了因客户协同、业务协同带来的收入增长。

公司销售业务主要为客户订制礼盒、礼品等周边产品，因该业务自 2013 年 4 月由新成立公司芒果树园（北京）商贸有限公司经营，故在 2012 年没有相关业务。

表 6-41 最近三年各业务板块成本情况

单位：万元

业务板块	2014 年		2013 年		2012 年	
	成本	比例	成本	比例	成本	比例
公关业务	153,614.26	37.65%	110,877.28	47.24%	63,915.95	45.44%
广告业务	252,316.54	61.83%	123,333.81	52.55%	76,728.79	54.56%
销售业务	2,126.07	0.52%	482.14	0.21%	-	-
合计	408,056.87	100.00%	234,693.23	100.00%	140,644.74	100.00%

最近三年及一期，随着业务规模的不断扩大和营业收入的不断增长，公司营业成本呈逐年上升的趋势，分别为 140,644.74 万元、234,693.23 万元、408,056.87 万元和 419,281.46 万元。2013 年和 2014 年，公司营业成本分别同比增加 94,048.49 万元和 173,363.64 万元，增幅分别为 66.87%和 73.87%，营业成本增幅与营业收入增幅基本匹配。2015 年 1-9 月，公司营业成本较上年同期增长 47.21%，主要原因系公司客户基础扩大，营业收入增加，导致营业成本相应增加。

2013 年和 2014 年，公司公关业务板块成本分别较上年增加了 46,961.33 万元和 42,736.98 万元，增幅分别为 73.47%和 38.54%，主要系公司业务量上升，人工服务成本及广告发布成本相应增加所致；公司广告业务板块成本分别较上年增加了 46,605.02 万元和 128,982.73 万元，增幅分别为 60.74%和 104.58%，主要原因系公司通过外延式收购并购的广告业务增加，导致媒体采购和人工服务成本等相应增加。

（2）期间费用分析

表 6-42 最近三年及一期公司期间费用情况

单位：万元；%

项目	2015 年 1-9 月		2014 年		2013 年		2012 年	
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率
销售费用	61,696.32	42.07	65,563.43	53.29	42,771.85	45.94	29,307.17	75.40
管理费用	49,091.09	108.01	41,510.01	81.97	23,017.65	81.30	12,696.06	56.65
财务费用	20,207.31	773.62	2,016.85	-22.74	2,610.40	1,299.68	186.50	113.98

合计	130,994.72	88.92	109,090.29	59.97	68,399.90	62.12	42,189.73	79.69
总费用率	22.59		18.25		19.08		19.39	

2012 年、2013 年、2014 年及 2015 年 1-9 月，公司期间费用分别为 42,189.73 万元、68,194.23 万元、109,090.29 万元和 130,994.72 万元，占营业收入的比重分别为 19.39%、19.08%、18.25%和 22.59%。

2013 年和 2014 年，公司期间费用分别较上年增加 26,210.17 万元和 40,690.39 万元，增幅分别为 62.12%和 59.49%，期间费用增长与公司营业收入增长相匹配，占营业收入比重较为稳定，公司对费用的管理较为有效。

2015 年前三季度，公司销售费用、管理费用、财务费用分别较上年同期增加 42.07%、108.01%、773.62%。管理费用、财务费用的大幅增加，导致 2015 年前三季度期间费用占营业收入的比重较上年同期的 16.91%增加了 5.67 个百分点。

1) 销售费用

表 6-43 最近三年公司销售费用明细情况

单位：万元；%

项目	2014 年		2013 年		2012 年	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比
人员成本	49,382.93	75.32	33,355.94	77.99	22,741.59	77.60
服务费	6,339.78	9.67	2,207.50	5.16	1,385.84	4.73
会议费	2,893.80	4.41	1,746.06	4.08	1,653.13	5.64
灯箱物业服务费	2,267.96	3.46	1,735.05	4.06	1,725.67	5.89
差旅费	3,002.74	4.58	1,269.88	2.97	1,100.94	3.76
办公费	1,069.70	1.63	683.42	1.60	570.14	1.95
招待费	-	-	-	-	-	-
其他	606.53	0.93	1,774.00	4.15	129.86	0.44
合计	65,563.43	100.00	42,771.85	100.00	29,307.17	100.00

最近三年及一期，公司销售费用分别为 29,307.17 万元、42,771.85 万元、

65,563.43 万元和 61,696.32 万元。公司销售费用主要包括人员成本、服务费、会议费、灯箱物业服务费等，其中人员成本占公司销售费用的比重最大，2014 年占比为 75.32%。

2013 年和 2014 年，公司销售费用分别较上年增加 13,464.68 万元和 22,791.58 万元，增幅分别为 45.94%和 53.29%，近年来公司销售费用的增加主要系公司业务量增加，业务规模扩大，员工人数增加，营业收入增长，公司人员成本及办公成本相应增加所致；2015 年 1-9 月，公司销售费用较上年同期增长 42.07%，主要原因是公司业务规模扩大及推进数字化业务，办公成本、人员成本等运营费用增加，以及同比公司新纳入合并范围子公司 Vision 7International Inc.、沈阳新维广告有限公司、多盟及亿动等公司合并数据增加所致。

2) 管理费用

表 6-44 最近三年公司管理费用明细情况

单位：万元；%

项目	2014 年		2013 年		2012 年	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比
人员成本	18,277.81	44.03	8,434.04	36.97	5,055.54	39.82
房租、物业费	6,640.64	16.00	4,744.43	20.80	1,979.42	15.59
办公费	5,443.59	13.11	3,125.73	13.70	1,690.09	13.31
折旧、摊销	5,350.27	12.89	2,849.02	12.49	1,973.91	15.55
服务费	3,127.66	7.53	2,640.39	11.57	493.70	3.89
中介机构费	1,495.84	3.60	190.59	0.84	179.55	1.41
税费	736.80	1.78	573.09	2.51	250.29	1.97
其他	437.40	1.05	254.69	1.12	1,073.55	8.46
合计	41,510.01	100.00	22,811.98	100.00	12,696.06	100.00

公司的管理费用主要包括管理人员的工资及福利、物业费、办公费、折旧摊销费、服务等。最近三年及一期公司管理费用分别为 12,696.06 万元、22,811.98 万元、41,510.01 万元和 49,091.09 万元，其中人员成本占比较高，2014 年末占比

为 44.03%。

2013 年公司管理费用同比增长 10,115.92 万元，增幅为 79.68%，除业务规模持续扩大导致人员成本增加外，主要系当年更换新办公区，租金成本及长期待摊费用均有所增加所致。此外，公司当年并购项目增加，导致支付给中介机构的服务费用大幅增加。2014 年公司管理费用同比增长 18,698.03 万元，增幅为 81.97%，主要系当年公司业务增长，业务规模扩大、员工人数增加，人员成本增加，以及公司并购项目增加，导致支付的中介服务费用增加所致。2015 年 1-9 月，公司管理费用较上年同期增长 108.01%，主要原因是公司业务规模扩大及推进数字化业务，各项办公、租赁等费用增加，以及同比公司新纳入合并范围子公司 Vision 7 International Inc.、沈阳新维广告有限公司、多盟及亿动等公司合并数据增加所致。

3) 财务费用

2012 年、2013 年、2014 年及 2015 年 1-9 月，公司财务费用分别为 186.5 万元、2,610.40 万元、2,016.85 万元和 20,207.31 万元，财务费用主要由利息支出构成。

2013 年，公司财务费用同比增加 2,423.90 万元，增幅达 1,299.69%，主要系公司扩大长期借款规模，导致贷款利息及公司债券利息支出增加所致。2014 年，公司财务费用同比降低 593.55 万元，降幅为 22.74%，主要系公司存款利息收入及由于人民币贬值引起的汇兑损益增加较多，与贷款利息支出增加及公司债券利息支出增加抵减部分，整体财务费用下降。2015 年 1-9 月，公司财务费用为 20,207.31 万元，较上年同期增加 773.62%，主要原因是公司同比上期，长、短期贷款增加、公司持有及新发行了短期融资券和非公开发行定向债务融资工具，导致贷款及债券利息支出增加。

(3) 资产减值损失分析

最近三年及一期，公司资产减值损失分别为 411.59 万元、1,128.14 万元、613.96 万元和 4,670.33 万元。

2013 年资产减值损失大幅增加主要系发行人子公司北京今久广告传播有限责任公司产生，北京今久广告传播有限责任公司的主要客户为房地产企业，其账

龄较长，而自其纳入发行人集团合并范围后，需按发行人的账龄政策计提坏账准备，发行人的政策为账龄 2 年以上按 100%计提坏账准备，因而导致 2013 年资产减值损失大幅增加；2014 年，因包括北京今久广告传播有限责任公司在内的各子公司纳入发行人集团合并范围后，严格控制账期，并且已经将账期 2 年以上全部计提了坏账准备，所以在 2014 年当年计提的坏账准备金额下降，资产减值损失减少为 613.96 万元；资产减值损失 2015 年 1-9 月较上年同期增长 127.68%，主要原因是公司业务增长，应收账款坏账准备增加所致。

（4）投资收益变动分析

最近三年及一期，公司投资收益分别为 883.06 万元、2,720.36 万元、11,678.68 万元和 8,514.07 万元。

公司近年来业务拓展较快，参股投资公司数量增加，相关参股公司的经营业绩保持稳定增长，带动 2012-2014 年公司的投资收益持续增长；2015 年 1-9 月投资收益较上年同期下降 18.82%，主要原因是参股公司 Huntsworth Plc 确认商誉减值，同时公司根据企业会计准则的要求，将不能实施重大影响的 Huntsworth Plc 股权由长期股权投资变更为可供出售金融资产核算，导致确认投资损失共计 5,926.55 万元。

（5）盈利比率分析

表 6-45 最近三年及一期公司盈利指标情况

项目	2015 年 1-9 月	2014 年	2013 年	2012 年
营业毛利率（%）	27.71	31.75	34.52	35.35
总资产收益率（%）	2.49	8.34	9.15	13.93
净资产收益率（%）	5.94	15.99	12.49	17.97

注：2015 年 1-9 月的总资产收益率、净资产收益率经过年化处理

最近三年及一期，公司营业毛利率分别为 35.35%、34.52%、31.75%和 27.71%，毛利率水平稳定中略有下降。一方面，公司广告业务毛利比重逐年上升，而其行业整体毛利率低于公共关系服务，从而拉低了公司综合毛利率；另一方面，因人力成本上升较明显，公司外购服务成本上升，传统公共业务的毛利率也受到一定影响。

最近三年，公司净资产收益率分别为 17.97 %、12.49 %和 15.99%，总资产收益率分别为 13.93 %、9.15 %、8.34%。总体而言，公司盈利水平整体保持稳定，公司主营业务突出，具有较强的可持续盈利能力。2015 年 1-9 月归属于普通股股东净利润较上年同期下降 60.31%，主要原因系 Huntsworth 对控制的两家子公司 Citigate 和 Grayling 确认了合计 7,147.10 万英镑商誉减值损失，公司持有 Huntsworth 19.85%股权，因此公司确认了对被投资公司 Huntsworth 公司投资损失 12,925.49 万元，以及公司大数据业务、电子商务、移动互联、海外大屏为代表的数字化新业务处于培育期，本期尚未盈利，公司财务费用较上年同期有较大幅度提升所致。

表 6-46 最近三年公司主营业务毛利率情况

项目	2014 年	2013 年	2012 年
公关毛利率（%）	45.31	43.29	46.13
广告毛利率（%）	19.65	23.98	22.38
销售毛利率（%）	14.95	24.77	-
综合毛利率（%）	31.69	34.52	35.34

最近三年，公司公共关系服务业务的毛利率分别为 46.13%、43.29%和 45.31%，2015 年 1-9 月公关业务毛利率出现了大幅下滑，一方面系因为公司人力成本上升较明显，公司外购服务成本上升，另一方面系因为公司 2015 年新增境外公司 Vision 7 Internationsl INC.，由于该公司的毛利率水平较低，使得公共关系服务业务整体毛利率水平有所下降。

最近三年，公司广告业务毛利率分别为 22.38%、23.98%和 19.65%，广告业务因其业务特点，毛利率相对较低，2014 年广告业务毛利率较 2013 年末下降 4.33 个百分点，主要系公司广告业务收入主要来源于公司子公司西藏博杰，因广告市场化程度较高，公司数量多竞争激烈，公司为提高市场占有率，在一定范围内降低价格以扩大市场份额；同时因近年来人力成本的提高，公司为吸引优质广告业务人才提高了薪酬，两方面因素共同导致公司广告业务毛利率的下降。

最近三年，公司综合毛利率较为稳定，公司毛利率的波动主要是市场波动引起的微小变动，总体而言公司毛利率保持在 30%左右。

（6）营业外收入分析

公司营业外收入主要由各项财政补助及财政奖励构成。最近三年及一期，公司营业外收入分别为 4,184.41 万元、8,799.38 万元、3,763.50 万元和 694.03 万元。

2013 年公司营业外收入同比增加 4,614.97 万元，增幅为 110.29%，主要系公司当年出售办公用房，确认处置收益所致。2014 年公司营业外收入同比减少 6,890.44 万元，降幅为 64.68%，主要系当期收到的固定资产处置利得较上年大幅减少所致。2015 年 1-9 月，公司营业外收入较上年同期减少 39.66%，主要原因是公司政府补助项目减少所致。

（7）净利润分析

最近三年及一期，公司净利润分别为 26,088.49 万元、48,222.10 万元、74,211.50 万元和 20,922.68 万元。

近年来发行人整体上盈利能力不断提高，最近三年净利润水平持续增长，主要是由于发行人业务规模不断增长和产业链布局持续完善，营收创造能力不断增强；进入 2015 年，发行人盈利能力有所减弱，2015 年 1-9 月净利润较低，主要原因系 Huntsworth 对控制的两家子公司 Citigate 和 Grayling 确认了合计 7,147.10 万英镑商誉减值损失，公司持有 Huntsworth 19.85% 股权，因此公司确认了对被投资公司 Huntsworth 公司投资损失 12,925.49 万元，以及公司大数据业务、电子商务、移动互联、海外大屏为代表的数字化新业务处于培育期，本期尚未盈利，公司财务费用较上年同期有较大幅度提升所致。Huntsworth 子公司 Citigate 和 Grayling 业绩下滑主要在于其欧洲市场业务受累于欧洲经济持续萎靡，而 Huntsworth 本身经营情况仍属正常，减值更多的是基于外来业务发展展望做出的，对实际的现金流并未产生影响，本次减值也有助于 Huntsworth 轻装上阵、持续成长，且商誉减值是企业在并购成长中难以避免的，而本次减值是非控制的海外企业发生的，发行人具备控制力的外延并购标的并未发生类似大规模减值事件，本次减值只是公司发展中的单一事件，并不会改变公司整体的成长趋势。

5、偿债能力分析

如无特殊说明，本小节所引用的数据均来自于公司最近三年及一期的合并报

表。

表 6-47 最近三年及一期公司主要偿债能力指标

项目	2015 年 9 月末	2014 年末	2013 年末	2012 年末
流动比率	0.96	1.09	1.89	1.88
速动比率	0.96	1.08	1.89	1.88
资产负债率（%）	72.50	59.19	44.15	43.41
EBITDA（万元）	58,321.83	106,706.11	71,516.44	39,538.61
EBITDA 利息保障倍数	3.26	19.02	21.02	41.93

最近三年及一期末，公司的资产负债率分别为 43.41%、44.15%、59.19%和 72.50%。2012 年，公司因经营发展需要，在资本市场发行了总额为 2 亿元的 3 年期公司债券，使得当年末资产负债率同比提高较大，达 43.41%。2013 年末，公司资产负债率为 44.15%，与 2012 年末基本保持稳定。2014 年，公司资产负债率为 59.19%，较 2013 年大幅增长，主要是由于公司收购捷报数据、北联伟业、密达美渡、Fuse 以及新维广告等境外公司，为匹配资金需求而增加银行借款并发行短期融资券导致短期债务规模扩大；并购项目推进导致的应付账款及其他应付款增加所致。总体来看，近年来公司资产负债率有所上升，但仍处于较合理水平，这与公司成长期的发展现状相符合。

最近三年及一期末，公司流动比率分别为 1.88、1.89、1.09 和 0.96，速动比率为 1.88、1.89、1.08 和 0.96，公司流动性有所下降，主要是由于流动负债上升。2014 年以来，公司流动比率较 2013 年有所下降，主要系随着公司经营规模扩大，短期借款和应付账款余额增长幅度较大，导致流动负债整体增速超过流动资产增速。总体来看，公司的流动比率及速动比率较合理，短期偿债能力较强。

最近三年及一期，公司 EBITDA 分别为 39,538.61 万元、71,516.44 万元、106,706.11 万元和 58,321.83 万元；最近三年及一期，公司利息保障倍数分别为 41.93 倍、21.02 倍、19.02 倍和 3.26 倍。总体看来，利息保障倍数处于较高水平，对债务利息的覆盖程度较高，公司具备很强的还本付息能力。

6、营运能力分析

如无特殊说明，本小节所引用的数据均来自于公司最近三年及一期的合并报

表。

表 6-48 最近一年及一期公司运营效率指标情况

项目	2015 年 1-9 月	2014 年
应收账款周转率（次/年）	2.76	3.33
总资产周转率（次/年）	0.54	0.65

注：2015 年 1-9 月的应收账款周转率、总资产周转率经过年化处理。

2014 年及 2015 年 1-9 月，公司应收账款周转率分别为 3.33 次和 2.76 次，较此前有所下降，主要是一方面因为公司子公司今久广告、博杰广告等子公司均为广告类公司，而与公共关系业务相比，广告业务账期相对较长，一般在 6 个月左右，导致公司应收账款平均周转天数延长，应收账款周转率下降，另一方面是因为公司业务量大幅增长，期末应收款大幅增加所致。公司与主要客户之间保持着良好的业务合作关系，销售回款情况一直较好，不存在应收账款无法收回的风险。

2014 年及 2015 年 1-9 月，公司总资产周转率分别为 0.65 次和 0.54 次，公司总资产周转率有所下降，主要是因为公司坚持内生式增长和外延式发展并举的发展战略，开展并购等活动，总资产规模持续较快增长，从而拉低了总资产周转率。

总体来看，随着公司业务规模的不断扩大，公司的资产规模也增长较快。公司在资金运营和销售回款等方面均体现了良好的经营管理能力，资产整体运营状况良好。

7、现金流量分析

如无特殊说明，本小节所引用的数据均来自于公司最近三年及一期的合并报表。

（1）现金流入情况分析

表 6-49 最近三年及一期公司现金流入情况主要数据

单位：万元

项目	2015 年 1-9 月	2014 年	2013 年	2012 年
经营活动现金流入	580,122.09	584,259.60	341,655.99	196,083.49
投资活动现金流入	26,740.89	7,741.20	16,690.51	1,903.61

筹资活动现金流入	519,714.49	368,059.70	137,084.17	45,030.20
现金流入合计	1,126,577.47	960,060.50	495,430.67	243,017.30
经营活动现金占现金总流入比	51.49%	60.86%	68.96%	80.69%
投资活动现金占现金总流入比	2.37%	0.81%	3.37%	0.78%
筹资活动现金占现金总流入比	46.13%	38.34%	27.67%	18.53%

从最近三年及一期现金流入情况来看，随着公司业务规模扩张加速，公司经营活动现金流呈现上升趋势，为满足公司业务发展的需求，公司筹资活动现金流逐年上升，另外，公司投资活动现金流在最近三年及一期占比均较小。

表 6-50 最近三年及一期公司经营性现金流入情况

单位：万元

项目	2015 年 1-9 月	2014 年	2013 年	2012 年
销售商品、提供劳务收到的现金	557,754.16	551,198.36	337,372.11	190,984.28
收到的税费返还	10.96	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	22,356.97	33,061.24	4,283.88	5,099.21
现金流入小计	580,122.09	584,259.60	341,655.99	196,083.49

最近三年及一期，公司经营活动现金流入分别为 196,083.49 万元、341,655.99 万元、584,259.60 万元和 580,122.09 万元。从经营活动现金流情况来看，公司经营活动产生的现金流入主要为提供劳务收到的现金，近三年及一期公司经营活动现金流入增加主要系公司经营规模的持续扩大所致。

最近三年及一期，公司筹资活动现金流入分别为 45,030.20 万元、137,084.17 万元、368,059.70 万元和 519,714.49 万元。2013 年公司筹资活动现金流入大幅增加，主要系公司为满足自身发展及并购资金需要，增加长期借款所致，2014 年公司筹资活动现金持续大幅增加，主要系为满足业务较快增长及海外并购，增加流动资金借款 7.1 亿元，发行短期融资券 7.5 亿元，以及通过银行以 8.8 亿营运资金担保取得 12.83 亿境内外投资贷款所致。

（2）现金流出情况分析

表 6-51 最近三年及一期公司现金流出情况

单位：万元

项目	2015 年 1-9 月	2014 年	2013 年	2012 年
经营活动现金流出	556,045.85	563,723.64	326,680.49	176,677.46
投资活动现金流出	230,089.33	201,486.89	64,872.36	42,458.66
筹资活动现金流出	232,948.96	213,665.61	71,653.10	7,096.70
现金流出合计	1,019,084.14	978,876.14	463,205.95	226,232.82
经营活动现金占现金总流出比	54.56%	57.59%	65.94%	72.70%
投资活动现金占现金总流出比	22.58%	20.58%	13.09%	17.47%
筹资活动现金占现金总流出比	22.86%	21.83%	14.46%	2.92%

从公司最近三年及一期现金流出情况可以看出，公司现金流出主要由经营活动、投资活动和筹资活动产生。最近三年及一期，公司经营活动现金流出及投资活动现金流出占总现金流出中的绝大部分，筹资活动现金流出占比逐步上升。

表 6-52 最近三年及一期公司经营性现金流出情况

单位：万元

项目	2015 年 1-9 月	2014 年	2013 年	2012 年
购买商品、接受劳务支付的现金	338,862.61	390,065.58	222,129.18	122,963.90
支付给职工以及为职工支付的现金	119,490.12	71,558.48	38,766.96	24,500.52
支付的各项税费	31,525.13	35,510.34	24,405.16	15,862.66
支付其他与经营活动有关的现金	66,167.99	66,589.24	41,379.19	13,350.38
现金流出小计	556,045.85	563,723.64	326,680.49	176,677.46

①经营活动产生的现金流出

公司经营活动产生的现金流出主要为接受劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金、支付的各项税费以及支付其他与经营活动有关的现金。最近三年及一期公司经营活动现金流出分别为 176,677.46 万元、326,680.49 万元、

563,723.64 万元和 556,045.85 万元，分别占现金流出总额 72.70%、65.94%、57.59% 和 54.56%。

最近三年及一期，发行人支付其他与经营活动有关的现金的明细情况如下表所示：

表 6-53 最近三年及一期公司其他与经营活动有关的现金的明细情况

单位：万元

项目	2015 年 1-9 月	2014 年	2013 年	2012 年
押金保证金	18,602.35	14,891.95	23,052.71	983.75
往来款	12,274.62	21,824.30	-	-
服务费	9,471.35	12,425.86	5,468.73	3,020.32
房租物业水电	5,885.06	5,722.48	4,969.35	2,650.52
劳务费	3,375.75	-	-	272.60
项目借款	2,954.75	-	-	-
差旅费	2,187.49	3,044.39	1,538.78	1,003.93
财务手续费	1,943.38	1,024.38	370.60	-
办公费	1,741.64	2,080.58	1,184.94	-
业务招待费	1,607.04	1,606.62	1,003.60	583.87
会议费	1,131.62	2,380.78	1,770.85	1,274.34
交通费	728.11	744.25	661.67	553.30
其他	3,861.30	843.65	1,357.97	3,007.76
合计	66,167.99	66,589.24	41,379.19	13,350.38

②投资活动产生的现金流出

公司投资活动现金流出主要是收购及参股子公司所支付的现金。最近三年及一期公司投资活动现金流出分别为 42,458.66 万元、64,872.36 万元、201,486.89

万元和 230,089.33 万元，分别占现金流出总额的 17.47%、13.09%、20.58%和 22.58%。

公司近年来一直坚持外延式增长，报告期内，发行人投资活动产生的现金流量净额持续为负，且逐年大幅下降，主要系（1）投资支付的现金及（2）取得子公司及其他营业单位支付的现金净额大额流出所致，其相关分析如下：

（1）投资支付的现金

2012 年，发行人投资支付的现金为 22,641.70 万元，主要为发行人及其子公司对外进行股权投资所致。根据重要性原则，前五大股权投资情况如下表所示：

表 6-54 2012 年投资支付的现金前五大情况

单位：万元

	投资主体	被投资公司	2012 年投资现金金额	持股比例
1	上海蓝色光标品牌顾问有限公司	北京思恩客广告有限公司	9,759.92	49.00%
2	上海蓝色光标公关服务有限公司	精准阳光（北京）传媒广告有限公司	9,224.57	49.00%
3	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	北京美广互动广告有限公司（注 1）	1,150.00	51.00%
4	蓝色光标国际传播集团有限公司	Aries Capital Limited	816.22	40.00%
5	上海蓝色光标品牌顾问有限公司	北京博思瀚扬企业策划有限公司	540.00	16.00%
	合计	-	21,490.71	-

注 1：北京美广互动广告有限公司系公司 2011 年纳入合并范围的子公司，2012 年支付的款项系收购款的尾款。

2013 年，发行人投资支付的现金为 40,133.32 万元，主要为发行人及其子公司对外进行股权投资所致。根据重要性原则，前五大股权投资情况如下表所示：

表 6-55 2013 年投资支付的现金前五大情况

单位：万元

	投资主体	被投资公司	2013 年投资现金金额	持股比例
1	蓝色光标国际传播集团有限公司	HUNTSWORTH PLC	35,649.08	19.60%
2	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	北京太合娱乐文化发展股份有限公司	3,000.00	10.00%

3	蓝色光标国际传播集团有限公司	We Are Very Social Limited	1,257.24	82.84%
4	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	青海昆尚文化传媒有限公司	100.00	10.00%
5	上海蓝色光标品牌顾问有限公司	上海励唐营销管理有限公司	40.00	10.00%
	合计	-	40,046.32	-

2014 年，发行人投资支付的现金为 63,771.61 万元，主要为发行人及其子公司对外进行股权投资所致。根据重要性原则，前五大股权投资情况如下表所示：

表 6-56 2014 年投资支付的现金前五大情况

单位：万元

	投资主体	被投资公司	2014 年投资现金额	持股比例
1	蓝色光标国际传播集团有限公司	Admaster Inc.	7,487.02	11.69%
2	蓝色光标国际传播集团有限公司	Zamplus Holdings Limited	6,136.90	14.29%
3	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	北京建飞科联科技有限公司	6,865.00	23.04%
4	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	拉卡拉支付有限公司	6,000.00	1.72%
5	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	北京智度德普股权投资中心（有限合伙）	5,000.00	6.41%
	合计	-	31,488.92	-

（2）取得子公司支付的现金

2012 年，发行人取得子公司支付的现金为 12,291.59 万元，具体情况如下表所示：

表 6-57 2012 年取得子公司支付的现金情况

单位：万元

投资主体	被收购子公司	2012 年投资金额	最终持股比例
北京博思瀚扬企业策划有限公司	北京博看文思科技有限责任公司	577.28	64.52%
上海蓝色光标公关服务有限	上海励唐会展策划服务有	1,228.15	100.00%

公司	限公司		
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	北京今久广告传播有限责任公司	10,486.16	100.00%
合计	-	12,291.59	-

2013 年，发行人取得子公司支付的现金为 15,116.93 万元，具体情况如下表所示：

表 6-58 2013 年取得子公司支付的现金情况

单位：万元

投资主体	被收购子公司	2013 年投资金额	最终持股比例
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	西藏山南东方博杰广告有限公司	13,076.95	100.00%
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	蓝色方略（北京）咨询有限公司	2,039.98	100.00%
合计	-	15,116.93	-

2014 年，发行人取得子公司支付的现金为 124,855.62 万元，具体情况如下表所示：

表 6-59 2014 年取得子公司支付的现金情况

单位：万元

投资主体	被收购子公司	2014 年投资金额	最终持股比例
BLUEFOCUS COMMUNICATION GROUP OF AMERICA INC	Fuse Project, LLC	10,806.98	75.00%
蓝色光标国际传播集团有限公司	vision 7 International INC.	72,395.85	92.69%
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	西藏山南东方博杰广告有限公司	8,900.00	100.00%
上海蓝色光标品牌顾问有限公司	蓝色方略（北京）咨询有限公司	442.00	100.00%
上海励唐会展策划服务有限公司	蓝色方略（北京）咨询有限公司	340.00	100.00%
北京今久广告传播有限责任公司	沈阳新维广告有限公司	2,142.00	51.00%

公司			
蓝色光标国际传播集团有限公司	密达美渡传播有限公司	7,486.45	100.00%
蓝色光标国际传播集团有限公司	We Are Very Social Limited	17,402.09	82.84%
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	北京北联伟业电子商务有限公司	4,485.52	51.00%
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	北京捷报数据技术有限公司	454.75	51.00%
合计	-	124,855.62	-

近三年及截至 2015 年 1-6 月，发行人通过并购重组纳入合并范围的子公司实现净利润及其占比情况如下：

表 6-60 主要子公司财务情况

单位：万元、%

	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)	3,831.65	10.11	7,819.60	8.49	4,696.76	6.35	3,282.68	9.54
美广互动	683.70	1.80	2,990.88	3.25	2,866.63	3.88	800.35	2.33
精准阳光	1,047.60	2.77	4,287.28	4.65	3,503.16	4.74	3,883.70	11.28
今久广告	1,595.05	4.21	6,934.71	7.53	6,409.47	8.67	5,245.90	15.24
励唐会展	277.26	0.73	91.68	0.10	33.93	0.05	-134.38	-0.39
博杰广告	7,225.21	19.07	27,123.56	29.44	11,576.19	15.66	-	-
蓝色方略	679.61	1.79	1,740.64	1.89	1,359.29	1.84	-	-
We Are Very Social	557.50	1.47	2,430.52	2.64	-	-	-	-
密达美渡	152.71	0.40	196.75	0.21	-	-	-	-
Fuse Project,LLC	493.70	1.30	350.70	0.38	-	-	-	-
北联伟业	101.75	0.27	96.90	0.11	-	-	-	-
捷报数据	98.38	0.26	146.45	0.16	-	-	-	-
Vision 7	344.41	0.91	-	-	-	-	-	-
沈阳新维	-716.92	-1.89	-	-	-	-	-	-
外延小计	16,371.59	43.21	54,209.67	58.84	30,445.43	41.19	13,078.25	38.00
其他公司	21,515.86	56.79	37,914.03	41.16	43,477.43	58.81	21,337.02	62.00

净利润总额	37,887.45	100.00	92,123.70	100.00	73,922.86	100.00	34,415.27	100.00
-------	-----------	--------	-----------	--------	-----------	--------	-----------	--------

注：

（1）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。

（2）由于 2015 年三季报未经审计且发行人尚无法提供相关数据，故本表披露截至目前最新的 2015 年半年报的情况。

发行人通过并购重组纳入合并范围的子公司所实现的净利润金额及占比均较高，反映了发行人外延式发展的战略影响已在其业绩中得到了积极的体现。除上述发行人通过并购重组纳入合并范围的子公司外，其他新并购企业的运营情况良好，但整合效应尚未显现，故尚未对公司盈利能力和现金流量产生明显影响，预计整合效应将在未来两到三年内逐渐显现。

发行人外延式增长主要通过股权投资实现，对外投资对象主要系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，同时，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，也开展了一系列的海外扩张。

发行人的对外投资以股权投资为主，支付方式以自有资金支付为主，截至目前，仅收购今久广告和西藏博杰广告是通过发行股份和支付现金相结合的方式进行的。

③筹资活动产生的现金流出

公司筹资活动现金流出主要为偿还债务所支付的现金及分配股利、利润或偿付利息支付的现金。最近三年及一期公司筹资活动现金流出分别为 7,096.70 万元、71,653.10 万元、213,665.61 万元和 232,948.96 万元，分别占现金流出总额的 2.92%、14.46%、21.83%和 22.86%。

（3）现金净流量情况分析

表 6-61 最近三年及一期公司现金净流量情况

单位：万元

项目	2015 年 1-9 月	2014 年	2013 年	2012 年
----	--------------	--------	--------	--------

项目	2015 年 1-9 月	2014 年	2013 年	2012 年
经营活动现金净流量	24,076.24	20,535.96	14,975.50	19,406.03
投资活动现金净流量	-203,348.45	-193,745.69	-48,181.86	-40,555.05
筹资活动现金净流量	286,765.53	154,394.09	65,431.08	37,933.50
现金及现金等价物净增加额	107,268.27	-19,643.90	32,172.37	16,770.24

1) 经营活动现金净流量分析

最近三年及一期，公司经营活动现金净流量分别为 19,406.03 万元、14,975.50 万元、20,535.96 万元和 24,076.24 万元。最近三年公司经营活动产生的现金流量净额均为正数且总体规模保持在较高水平，公司经营活动获取现金的能力较强。2015 年 1-9 月，经营活动产生的现金流量净额较上年同期增长 40.70%，主要原因是公司销售回款及采购付款保持稳定的增加。

2) 投资活动现金净流量分析

最近三年及一期，公司投资活动产生的现金净流量金额均为负数，分别为 -40,555.05 万元、-48,181.86 万元、-193,745.69 万元和 -203,348.45 万元，报告期内公司增加对外股权投资项目投入，导致投资活动产生的现金流量净额为负，上述投资活动产生的现金流量与公司发展战略及所处发展阶段相符。

3) 筹资活动现金净流量分析

最近三年及一期，公司筹资活动产生的现金净流量分别为 37,933.50 万元、65,431.08 万元、154,394.09 万元和 286,765.53 万元。2013 年，公司为满足自身发展及并购需要，增加了长期借款规模；2014 年，公司为持续满足自身发展及海外并购，增加了流动资金借款、短期融资券以及境内外投资贷款。2015 年 1-9 月，筹资活动产生的现金流量净额较上年同期增长 1933.03%，主要原因是公司报告期内二期发行短期融资券及非公开发行定向债务融资工具增加所致。目前公司正处于规模扩张期，上述筹资活动产生的现金流量符合现阶段公司资金需求增加较快的现状。

（二） 未来业务目标

公司长期战略发展目标即成为中国领先的一流的专业传播集团，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。

公司将继续坚持“内生性增长”（即已有业务和子公司的增长）和“外延式发展”（即由新收购公司或业务带来的发展机遇）并举的业务发展战略，确保公司业务快速健康发展。未来三年公司将保持每年 25-30%的内生性增长率、每年 25-30%的外延式增长率。

在内生性增长方面，首先，公司将通过灵活方式，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，公司要继续加强公司内部控制，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；第三，公司加强内部管理创新工作，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，完善品牌间协作机制，降低风险，提高经营效率。

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，扩大业务规模，为客户提供更加全面的营销服务。公司 2015 年将继续坚持国际化和数字化的发展策略，对于契合公司上述发展策略的公司重点跟踪，重点谈判。另一方面，公司不会对传统领域的公司放松。公司将会努力寻找产业链上的优质公司，推进公司战略的实施。在并购实际操作中，要对传统类型传媒公司和具有新技术特点公司并购策略上要并重，保证公司业绩的稳定增长和保持市盈率的稳定。

在业务发展方向上，公司将坚持数字转型业务作为公司业务发展的重点，数字化转型作为公司重要贯彻的理念，公司要在高速发展中更换引擎；公司将大力推进国际化进程，在不长的时期内，完成国际化的布局，在竞争中占据制高点。

在人力资源上，继续优化组织架构，在人力资源上大力支持，寻找新的利润增长点，保证公司未来的可持续发展。

在业务发展前瞻上，公司将重点对数字营销进行投入，并对大数据等前沿领域进行布局。公司前期在数字营销领域已经布局，投入了大量资源进行前期导入，目前公司已经建立了互联网整合营销传播体系，将凭借先发布局充分分享子行业爆发增长红利。在大数据领域，公司将继续投入优势资源进行相关工作的开展。

在国际业务布局上，公司将重点跟踪国际优质传媒公司，重点追踪具有技术基础、大数据、搜索优化等方面的优质公司。关注精准营销、基于社交网络平台的营销公司和具有优秀创意能力的公司，公司对具有核心竞争力的企业保持敏感性。

（三）未来经营规划

公司未来可预见的重大资本性支出计划主要围绕（1）信息化平台升级项目、（2）Blue View 系列数据营销产品开发及应用项目和（3）外延式发展的各项投资事宜展开，具体投资安排及所需资金规模如下：

（1）信息化平台升级项目

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。

（2）Blue View 系列数据营销产品开发及应用项目

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。

（3）外延式发展的各项投资事宜

自上市以来，公司一直坚持内生式成长与外延式发展并举的战略，公司外延式发展战略主要是通过并购具有独特业务优势和竞争实力、并能够和公司现有业务产生协同效应的相关公司的方式实现。未来一段时间公司仍将坚持这一战略，根据情况适时展开并购活动，并相应筹措资金，目前尚无明确的投资计划。

上述重大资本性支出计划的资金缺口将由公司通过自有资金、资本市场直接融资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。

六、发行人最近一年末有息债务分析

（一）公司最近三年及一期末有息债务余额及信用履约情况

表 6-62 最近三年及一期末公司有息债务余额情况

单位：万元

项目	2015年9月末	2014年末	2013年末	2012年末
短期借款	144,771.83	139,163.48	10,000.00	15,000.00
长期借款	143,062.96	114,830.35	36,583.30	4,437.50
一年内到期的非流动负债	19,990.48	19,904.78	-	1,000.00
其他流动负债	149,856.25	74,878.75	-	-
应付债券	-	-	19,806.04	19,716.63
其他非流动负债	99,486.82	-	-	-
合计	557,168.34	348,777.36	66,389.34	40,154.13

公司目前主要合作银行有浦发银行、民生银行和招商银行等，短期借款为 1 年以内到期；长期借款为向上海浦发银行和招商银行申请的保证贷款。公司能够按时偿付银行贷款及发行债券的本息，在各银行信用良好。

（二）公司债务结构情况

表 6-63 2015 年 9 月末公司债务结构

单位：万元

项目	种类	金额
期限结构	1 年以内到期短期负债	457,681.52
	1-3 年到期中期负债	99,486.82
	3 年以上到期长期负债	-

项目	种类	金额
合计		557,168.34
担保结构	保证	234,834.79
	抵押	-
	信用（银行借款）	53,000.00
	信用（直接融资工具）	269,333.55
合计		557,168.34
融资方式	银行借款	287,834.79
	私募公司债	19,990.48
	短期融资券	149,856.25
	PPN	99,486.82
合计		557,168.34

（三） 公司主要借款明细

截至 2015 年 9 月末，公司借款明细如下：

表 6-64 2015 年 9 月末公司借款明细

贷款主体	贷款银行	本金（万元）	起始日期	到期日期	利率（%）	借款方式
蓝色光标国际传播集团有限公司	上海浦东发展银行股份有限公司	6,000万美元	2013/09/13	2016/08/25	浮动利率	保证贷款
蓝色光标国际传播集团有限公司	招商银行股份有限公司	2,960.5417万美元	2014/02/14	2016/12/30	浮动利率	保证贷款
蓝色光标国际传播集团有限公司	招商银行股份有限公司香港分行	4,492.6258万美元	2014/12/29	2015/12/28	浮动利率	保证贷款
蓝色光标国际传播集团有限公司	上海浦东发展银行股份有限公司上海自贸区支行	60,000万元	2014/12/22	2016/2/22	5.60%	保证贷款
蓝色光标国际传播集团有限公司	永隆银行	9,100万港币	2014/6/6	2015/6/4	浮动利率	保证贷款
BLUEFOCUS COMMUNICATION GROUP OF AMERICA, INC	招商银行股份有限公司纽约分行	595万美元	2014/10/10	2015/10/13	浮动利率	保证贷款
BLUEFOCUS COMMUNICATION	花旗银行纽约分	1,500万美元	2014/9/15	2015/11/17	浮动利率	保证贷款

贷款主体	贷款银行	本金（万元）	起始日期	到期日期	利率（%）	借款方式
ON GROUP OF AMERICA,INC	行					
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	上海浦东发展银行股份有限公司	15,000万元	2015/6/12	2016/6/11	5.61%	信用贷款
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	招商银行股份有限公司	15,000万元	2015/5/29	2015/12/28	5.10%	保证贷款
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	汇丰银行	18,000万元	2015/3/24	2015/8/23	6.16%	保证贷款
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	民生银行	13,000万元	2015/4/15	2016/4/14	6.955%	信用贷款
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	平安银行	10,000万元	2015/8/5	2016/8/4	5.61%	信用贷款
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	平安银行	15,000万元	2015/6/4	2016/6/3	5.61%	信用贷款
北京思恩客广告有限公司	招商银行	3,000.00万元	2014/9/10	2015/9/9	6.72%	保证担保

（四） 存续期内直接债务融资工具情况

截至募集说明书签署日，发行人成功发行了 1 期私募公司债，2 期非公开定向债务融资工具（PPN）以及 3 期短期融资券。具体情况如下表：

表 6-65 发行人债务融资工具发行与兑付明细表

债券简称	规模	期限	利率（%）	起息日期	兑付情况
12蓝标01	2亿元	3年	固定利率（7.90%）	2012-11-19	截至2015.9.30尚未兑付
14蓝色光标 CP001	7.5亿元	1年	固定利率（6.00%）	2014-10-23	截至2015.9.30尚未兑付
15蓝色光标 PPN001	5亿元	2年	固定利率（6.01%）	2015-06-12	截至2015.9.30尚未兑付
15蓝色光标 PPN002	5亿元	2年	固定利率	2015-07-13	截至2015.9.30尚未兑付

债券简称	规模	期限	利率（%）	起息日期	兑付情况
			（6.10%）		未兑付
15蓝色光标 CP001	5亿元	1年	固定利率 （3.86%）	2015-08-18	截至2015.9.30尚 未兑付
15蓝色光标 CP002	2.5亿元	1年	固定利率 （3.95%）	2015-09-11	截至2015.9.30尚 未兑付

七、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

本条所指资产负债表日指 2015 年 9 月 30 日。

（一）资产负债表日后事项

无。

（二）或有事项

1、发行人对外担保情况

截至募集说明书签署日，公司无对外担保事项（不包括对子公司的担保）。

2、未决诉讼（仲裁）情况

截至募集说明书签署日，发行人无重大未决诉讼（仲裁）。

3、重大承诺事项及其他重大或有事项

截至募集说明书签署日，发行人无重大承诺事项及其他重大或有事项。

（三）其他重要事项

1、关于重大资产重组的说明

发行人于 2015 年 8 月 5 日对外披露了重大资产重组停牌公告，并于 2015 年 11 月 2 日对外披露《发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书》。该次交易情况如下：

（1）交易总体方案概述

上市公司拟向平安大华、京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰发行股份并支付现金购买其持有的蓝瀚科技 96.3158% 股权；同时，上市公司拟向建信基金和刘鸿 1 发行股份募集配套资金，募集资金总额不超过 180,200.00 万元。

该次交易中，上市公司拟通过发行股份及支付现金购买除蓝标投资外其他股东所持蓝瀚科技 96.3158%的股权；蓝瀚科技拥有多盟开曼 100%、多盟智胜 95%和亿动开曼 54.77%的股权。

对于多盟开曼 100%、多盟智胜 95%和亿动开曼 54.77%股权的总体收购方案分两步：第一步，上市公司全资子公司蓝标投资与其他投资者平安大华、京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰共同出资设立收购平台蓝瀚科技；再由蓝瀚科技收购多盟开曼 100%股权、多盟智胜 95%股权和亿动开曼 51%股权，并增资亿动开曼 1,000 万美元。蓝瀚科技目前注册资本 19 亿元，蓝标投资持有蓝瀚科技 7,000 万元出资额，对应出资比例为 3.6842%。第二步，上市公司发行股份并支付现金向蓝瀚科技除蓝标投资外的其他股东购买蓝瀚科技 96.3158%股权；同时，上市公司拟向蓝瀚科技增资约 36,700.00 万元人民币（等值于 1,750 万美元的人民币和 25,992.68 万元人民币合计），用于补足蓝瀚科技收购多盟开曼 100%股权和多盟智胜 95%股权的剩余价款（增资款为蓝瀚科技收购多盟和亿动所将支付的总对价减去蓝瀚科技目前注册资本 19 亿元的差额）。上述增资款来源于该次交易的配套募集资金。

截至目前，上述总体收购方案中的第一步已经完成，该次交易为上述总体收购方案的第二步。

此外，该次交易中，上市公司拟向建信基金和刘鸿发行股份募集配套资金，募集资金总额不超过 180,200.00 万元。其中，3.67 亿元用于向蓝瀚科技增资，10.22 亿元用于支付该次交易现金对价，1.13 亿元用于上市公司偿还银行贷款，3 亿元用于上市公司移动互联媒体资源采购项目。

（2）该次重组对公司及本次公司债券发行的影响

1）对股权结构的影响

表 6-66 该次重组对对股权结构的影响

股东名称	该次交易之前		该次交易完成后	
	持股数量（股）	持股比例	持股数量（股）	持股比例
赵文权	136,907,714	7.09%	145,064,320	6.76%
陈良华	120,449,675	6.24%	128,606,281	5.99%

许志平	102,514,730	5.31%	110,671,336	5.16%
吴铁	101,915,223	5.28%	110,071,829	5.13%
孙陶然	72,479,708	3.75%	80,636,314	3.76%
京东世纪	-	-	16,313,213	0.76%
西藏东方	-	-	8,156,606	0.38%
齐玉杰	-	-	2,446,982	0.11%
建信基金（建信 领瑞九智投资 1-4号资管计划）	-	-	142,740,618	6.65%
刘鸿	-	-	4,241,435	0.20%
其他股东	1,396,902,423	72.33%	1,396,902,423	65.10%
总计	1,931,169,473	100.00%	2,145,851,357	100.00%

注：该次交易之前股本情况为截至 2015 年 7 月 31 日数据。

从上表可以看出，该次交易前，上市公司的总股本为 1,931,169,473 股，按照该次交易方案，预计公司本次将发行普通股 214,681,884 股，该次交易完成后上市公司总股本变为 2,145,851,357 股。

该次交易前，赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然合计持有 534,267,050 股上市公司股份，合计持股占比 27.67%；重组完成后五人持股比例为 26.80%，仍为公司的实际控制人。该次交易不会对上市公司股权结构产生重大影响。社会公众股东合计持有的股份不会低于发行后总股本的 10%，不会出现导致蓝色光标不符合股票上市条件的情形。同时，不会影响本次公司债券的发行条件。

2) 该次交易对公司主要财务指标的影响

根据天职国际会计师出具的关于该次重组的备考审阅报告及蓝色光标 2015 年度 1-7 月未经审计数据，此次发行前后公司主要财务数据比较如下：

表 6-67 该次交易对公司主要财务指标的影响

单位：万元

项目	2015年7月31日/2015 年1-7月实现数	2015年7月31日/2015 年1-7月备考数	增幅
总资产	1,308,105.93	1,599,638.45	22.29%
归属母公司所有者权	433,531.46	654,401.20	50.95%

益			
营业收入	411,284.43	494,029.97	20.12%
营业利润	12,202.08	8,059.56	-33.95%
利润总额	12,710.79	8,674.95	-31.75%
归属母公司所有者的 净利润	5,219.10	531.72	-89.81%
基本每股收益（元/ 股）	0.0270	0.0025	-90.75%

从上表可以看出，该次交易完成后，上市公司总资产规模、净资产、营业收入规模均有所增加。由于多盟 2015 年 1-7 月还处于亏损阶段，亿动 2015 年 1-7 月为微盈状态，因此收购完成后上市公司备考 2015 年 1-7 月营业利润、利润总额和净利润有所下降，但是随着多盟和亿动广告业务的持续发展，其相应盈利能力将逐步体现，多盟在蓝瀚科技收购后的几个月已逐渐实现盈利。该次重组不会影响本次公司债券的发行条件。

发行人已在“重大事项提示”中补充披露上述情况。

（3）该次交易涉及关联交易事项

该次交易对方包括上市公司实际控制人赵文权、许志平、陈良华、吴铁和孙陶然，该次交易构成关联交易。相关方在该次交易的董事会表决时已回避表决、在该次交易的股东大会投票过程中将回避表决。

（4）该次交易不构成重大资产重组

该次交易中上市公司拟购买蓝瀚科技 96.3158%股权，剩余 3.6842%股权上市公司已经通过蓝标投资持有，因此以蓝瀚科技收购多盟和亿动的实际对价 226,697.78 万元作为相关指标测算。根据蓝瀚科技模拟备考 2014 年度及 2015 年 1-7 月的财务数据以及交易作价情况，相关财务比例计算如下：

表 6-68 相关财务比例情况

单位：万元

项目	拟购买资产和成交金额孰高	蓝色光标	占比
----	--------------	------	----

营业收入	89,990.88	597,908.82	15.05%
资产总额	293,635.19	1,137,017.31	25.83%
资产净额	226,697.78	464,044.20	48.85%

注：（1）营业收入为 2014 年度营业收入；（2）拟购买资产总额为 2015 年 7 月 31 日资产总额；（3）拟购买资产的资产净额为蓝瀚科技收购多盟和亿动的实际对价；（4）蓝色光标资产总额为合并财务会计报表 2014 年末资产总额；资产净额为合并财务会计报表 2014 年末归属于上市公司普通股股东的所有者权益。

根据《重组管理办法》的规定，该次交易不构成中国证监会规定的上市公司重大资产重组行为，但是该次交易涉及发行股份购买资产及募集配套资金，需经中国证监会并购重组委审核，取得中国证监会核准后方可实施。

该次交易不构成重大资产重组，且交易完成后，上市公司控股股东和实际控制人不发生变更。该次交易不构成借壳上市。

除上述事项外，公司自 2010 年以来，严格遵守行业法律、严格遵守上市公司各项规章制度。公司未发生任何违反行业政策、违反法律法规事件，公司未因任何违反行业政策、违反法律法规事件受到行业监管部门、证监会等监管部门、国家司法部门的调查、问责及处罚。

2、关于 2015 年业绩预告情况的说明

2016 年 1 月 4 日，发行人就 2015 年业绩预告进行公告，2015 年全年，预计营业收入较 2014 年同期增长 42%-59%，预计归属于上市公司股东的净利润较 2014 年同期下降 93%-85%（具体财务数据以公司 2015 年度报告为准）。

（1）业绩变动原因

1）营业收入

2015 年度，随着“数字化”、“国际化”发展战略的持续推进，公司智能营销传播服务链条初成。报告期内，处于培育期的战略新兴业务均取得阶段性成果，国际业务持续稳步发展。公司整体运营稳定，各项业务均正常有序开展，营业收入较上年增长约 42%至 59%。

2）归属于上市公司股东的净利润

①报告期内，公司费用较上年大幅提升，对公司经营利润产生较大影响。其中，由于公司银行贷款及债券等有息负债金额较高，促使财务费用较上年大幅增加；同时，报告期内由于公司业务规模扩大，员工人数增加导致管理费用大幅增

长。

②公司收购的博杰广告尚处收购后业绩承诺期，受传统电视广告行业收入整体下滑等因素影响，博杰广告 2015 年度实际经营业绩完成情况与收购时承诺业绩有较大差距。公司将聘请专业中介机构进行减值测试，预计对收购博杰广告所形成的商誉及无形资产需计提减值准备，对公司净利润有较大影响。

③报告期内，由于公司业务数字化转型并进行新业务领域布局建设和投资，新业务虽取得阶段性成果，但尚未盈利，从而对公司经营利润产生影响。

（2）上述期后重大事项对本次公司债券发行条件的影响

考虑到 2015 年的业绩下滑，发行人本次申请面向合格投资者公开发行公司债券符合《公司法》、《证券法》、《管理办法》等法律、行政法规和中国证监会的有关规定和要求，具体说明如下：

（1）符合《证券法》规定的有关条件

1）公司为依法设立的股份有限公司，截至 2014 年 12 月 31 日，公司经审计的净资产为人民币 464,044.20 万元，截至 2015 年 9 月 30 日，公司未经审计的净资产为人民币 469,375.92 万元，均不低于人民币 3,000 万元，符合《证券法》第十六条第一款第（一）项的规定。

2）本次债券发行完成后，公司的累计公开发行的公司债券余额为人民币 4 亿元，占公司截至 2014 年 12 月 31 日经审计的合并资产负债表中所有者权益合计 46.40 亿元的比例为 8.62%，占公司截至 2015 年 9 月 30 日未经审计的合并资产负债表中所有者权益合计 46.94 亿元的比例为 8.52%，未超过公司净资产的 40%，符合《证券法》第十六条第一款第(二)项的规定。

3）公司经营业绩良好，2012 年度、2013 年度和 2014 年度公司归属于母公司所有者的净利润分别为 23,566.07 万元、43,729.85 万元和 71,188.39 万元，公司最近三年平均可分配净利润为 46,161.44 万元，足以支付本次债券一年的利息，符合《证券法》第十六条第一款第(三)项的规定。

以本次业绩预告公告中预计的 2015 年归属于母公司所有者的净利润下限核算，2013 年度、2014 年度和 2015 年度公司归属于母公司所有者的净利润分别为 43,729.85 万元、71,188.39 万元和 5,000.00 万元，公司最近三年平均可分配净利润预计为 39,972.75 万元，仍足以支付本次债券一年的利息，满足此条款。

4) 本次债券募集资金总额为人民币 4 亿元，将全部用于偿还到期债务及补充流动资金，以支持未来业务发展，符合《证券法》第十六条第一款第(四)项及第二款的有关规定。

5) 本期公司债券每张面值人民币 100 元，按面值发行；债券票面利率不超过国务院限定的利率水平，符合《证券法》第十六条第一款第(五)项的规定。

6) 公司不存在以下不得公开发行债券之情形，符合《证券法》第十八条的规定：

①前一次公开发行的公司债券尚未募足；

②对已公开发行的公司债券或者其他债务有违约或者延迟支付本息的事实，仍处于继续状态；

③违反《证券法》规定，改变公开发行公司债券所募资金的用途。

(2) 本次发行符合《管理办法》规定的有关条件

1) 公司是合法设立、有效存续的股份制公司，满足《管理办法》对发行主体的要求。

2) 公司本次发行已取得内部有权机构的批准和授权，符合《管理办法》第十一条相关规定：

2015 年 9 月 30 日，公司召开第三届董事会第五十一次会议，会议审议通过《关于公司符合发行公司债券条件的议案》、《关于发行公司债券方案的议案》等与本次发行相关的议案。2015 年 10 月 26 日，公司召开 2015 年第三次临时股东大会，会议审议通过《关于公司符合发行公司债券条件的议案》、《关于公开发行公司债券的议案》，公司已依照《公司法》及公司章程相关规定对本次发行债券数量、发行方式、债券期限、募集资金用途、决议有效期、增信机制和偿债保障措施作出决议。

3) 本次发行符合《管理办法》第十五条相关规定：

公司本次募集资金扣除发行费用后，拟全部用于偿还到期债务及补充流动资金，以支持未来业务发展。本次发行公司债券募集资金用途，经过董事会和股东大会核准，符合国家产业政策。

4) 公司不存在以下不得公开发行公司债券的情形，符合《管理办法》第十七条相关规定：

①最近三十六个月内公司财务会计文件存在虚假记载,或公司存在其他重大违法行为;

②本次发行申请文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏;

③对已发行的公司债券或者其他债务有违约或者迟延履行本息的事实,仍处于继续状态;

④严重损害投资者合法权益和社会公共利益的其他情形。

5) 本次债券仅面向合格投资者公开发行, 公司符合《管理办法》第十八条相关规定:

①公司最近三年无债务违约或者迟延履行本息的事实;

②公司最近三个会计年度实现的年均可分配净利润为 46,161.44 万元, 预计不少于债券一年利息的 1.5 倍;

以本次业绩预告公告中预计的 2015 年归属于母公司所有者的净利润下限核算, 2013 年度、2014 年度和 2015 年度公司归属于母公司所有者的净利润分别为 43,729.85 万元、71,188.39 万元和 5,000.00 万元, 公司最近三年平均可分配净利润预计为 39,972.75 万元, 仍足以支付本次债券一年的利息, 满足此条款。

③经中诚信证券评估有限公司综合评定, 公司的主体信用级别为 AA, 本次债券信用级别为 AA;

④中国证监会根据投资者保护的需要规定的其他条件。

6) 公司已委托具有从事证券服务业务资格的资信评级机构进行信用评级, 公司与资信评级机构约定, 在债券有效存续期间, 资信评级机构将每年至少公告一次跟踪评级报告, 符合《管理办法》第十九条相关规定。

7) 本次债券将申请在深圳证券交易所上市交易, 符合《管理办法》第二十三条相关规定。

8) 公司已聘请具有证券承销业务资格的华泰联合证券有限责任公司担任本次债券主承销商, 符合《管理办法》第三十三条相关规定。

9) 公司已聘请中国证券业协会会员华泰联合证券有限责任公司担任本次债券受托管理人, 并订立债券受托管理协议, 符合《管理办法》第四十八条相关规定。

整体而言, 即使考虑到 2015 年的业绩下滑, 发行人本次申请面向合格投资

者公开发行公司债券仍然符合《公司法》、《证券法》、《管理办法》等法律、行政法规和中国证监会的有关规定和要求。

八、发行本次债券后发行人资产负债结构的变化

本次债券发行完成后将引起发行人资产负债结构的变化。假设发行人的资产负债结构在以下假设基础上产生变动：

- 1、相关财务数据模拟调整的基准日为2015年9月30日；
- 2、假设本次债券的募集资金净额为4亿元，即不考虑融资过程中所产生的相关费用且全部发行；
- 3、假设本次债券募集资金净额全部计入2015年9月30日的资产负债表；
- 4、本次债券募集资金全部用于偿还到期债务及补充流动资金；
- 5、财务数据基准日至本次债券发行完成日不发生重大资产、负债、权益变化。

基于上述假设，本次债券发行对发行人合并口径资产负债结构的影响如下表：

表 6-69 2015 年 9 月 30 日资产负债与发行债券后资产负债比照表

单位：万元

项目	2015 年 9 月 30 日实际数 (合并)	发债后预计数
流动资产	760,741.45	780,741.45
非流动资产	946,258.45	946,258.45
资产总计	1,706,999.89	1,746,999.89
流动负债	789,863.83	769,863.83
非流动负债	447,760.14	487,760.14
负债总计	1,237,623.97	1,277,623.97
流动负债占总负债比重	63.82	60.26
资产负债率	72.50	73.13
流动比率（倍）	0.96	1.01
速动比率（倍）	0.96	1.01

发行公司债券，通过资本市场直接融资渠道募集资金，是公司加强资产负债结构管理的重要举措之一。本次募集资金将成为公司中、长期资金的来源之一，为公司资产规模和业务规模的均衡发展，以及利润增长打下良好的基础。

九、发行人资产受限情况

截至 2015 年 9 月 30 日，公司冻结资金共 12.358 亿元，主要情况如下：

1、公司以人民币 19,600.00 万元银行存款及公司股东赵文权先生将其持有的本公司股份中的 1,300.00 万股作为质押财产，为子公司蓝色光标国际传播集团有限公司提供担保，向浦发银行借款 6,000.00 万美元，致公司货币资金冻结 19,600.00 万元。

2、公司以 20,000.00 万元银行存款作为质押财产，为子公司蓝色光标国际传播集团有限公司提供担保，向招商银行借款 3,144.9142 万美元，致公司货币资金冻结 20,000.00 万元。

3、公司以招商银行双榆树支行 8,300.00 万元银行结构性存款作为质押财产，为子公司蓝色光标国际传播集团有限公司向永隆银行的 91,000,000.00 港币借款提供担保。

4、公司以招商银行双榆树支行 3,880.00 万元银行结构性存款作为质押财产，为子公司 BLUEFOCUS COMMUNICATION GROUP OF AMERICA,INC.开立的金额为 6,000,000.00 美元保函提供担保。

5、公司以平安银行 10,000.00 万元银行结构性存款为质押财务，取得平安银行 10 亿元收购项目融资款。

6、公司以花旗银行北京分行 5,100.00 万元保证金作为质押财产，为子公司 BLUEFOCUS COMMUNICATION GROUP OF AMERICA,INC.开立的金额为 15,000,000.00 美元保函提供担保。

7、公司以招商银行深圳支行 17,700.00 万元保证金为质押财产，为子公司蓝色光标国际传播集团有限公司向招商银行香港分行的 44,926,258.00 美元借款提供担保，公司货币资金冻结 17,700.00 万元。

8、公司以 9,000.00 万元保证金作为质押财产，取得汇丰银行 18,000.00 万元银行借款，公司货币资金冻结 9,000.00 万元。

10 子公司蓝色光标国际传播集团有限公司以 30,000.00 万元保证金作为质押财产，取得浦发银行自贸区支行 60,000.00 万元银行借款，公司货币资金冻结 30,000.00 万元。

除上述情况外，无其它资产受限情况，无可对抗第三人优先偿负债情况。

第七节 募集资金运用

一、本次债券募集资金金额

经公司董事会于2015年9月30日召开的第三届董事会第五十一次会议审议通过，并由2015年10月26日召开的2015年第三次临时股东大会批准，公司本次拟申请发行总规模不超过4.0亿元的公司债券。

二、本次债券募集资金运用计划

在股东大会批准的用途范围内，本次债券募集资金扣除发行费用后，拟将2.0亿元用于偿还私募公司债，以优化债务结构；剩余部分将用于补充公司流动资金，改善公司资金状况。

（一）偿还私募公司债

本次债券募集资金用于偿还私募公司债的明细如下：

表 7-1 私募公司债的明细情况

债券简称	规模	期限	利率（%）	起息日期
12蓝标01	2.0亿元	3年	固定利率（7.90%）	2012-11-19

本次债券的审批和发行时间尚有一定不确定性，待本次债券发行完毕、募集资金到账后，若发行人已使用自有资金偿还了已到期的私募公司债，发行人将在募集资金到位后进行相应置换。

（二）补充流动资金

本次债券部分募集资金计划将有效补充公司流动资金，有利于改善公司资金状况，满足公司未来经营发展对流动资金的需求，有助于公司业务开展和扩张、市场的开拓及抗风险能力的加强，为发行人业务的稳步发展奠定良好的基础。

三、本次债券募集资金对公司财务状况的影响

（一）对发行人负债结构的影响

以2015年9月30日公司财务数据为基准，本次债券发行完成且根据上述募

集资金运用计划予以执行后，发行人合并财务报表的资产负债率水平将略有上升，由发行前的 72.50%上升为发行后的 73.13%；合并财务报表的流动负债占负债总额的比例将由发行前的 63.82%下降至发行后的 60.26%。

（二）对发行人短期偿债能力的影响

以 2015 年 9 月 30 日公司财务数据为基准，本次债券发行完成且根据上述募集资金运用计划予以执行后，公司合并财务报表的流动比率将由发行前的 0.96 增加至发行后的 1.01。公司流动比率将有一定的提高，流动资产对于流动负债的覆盖能力得到提升，短期偿债能力增强。

四、本次债券募集资金专项账户管理安排

发行人将设立募集资金专项账户，用于本次债券募集资金的接收、存储、划转与本息偿付，募集资金专项账户信息如下：

开户名：北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司

开户行：平安银行北京建国门支行

账号：11014771611009

为了切实保障债券持有人的利益，发行人本着诚实、信用、谨慎的原则，履行募集资金专项账户的管理义务，加强账户的日常资金管理和投资运作，明确了禁止行为及相应的监管措施，以确保专项账户管理持续符合有关法规规定及约定。发行人对募集资金的接收、存储、划转的内部审批和风险控制措施主要包括如下内容：

1、本次债券募集资金净额直接划至募集资金专项账户。在募集资金提取完毕前，发行人不得随意撤销、更改、出租、出借或串用募集资金专项账户。发行人不得利用募集资金专项账户代其他单位或个人收付、保存或转让资金。

2、募集资金专项账户的资金实行集中管理、分级审批制度。

3、在使用募集资金专项账户内的资金时，发行人将向专项账户开户银行提出书面申请，说明资金用途，并提供证明资金用途的相关凭据（包括但不限于相

关合同、债务凭据以及专项账户开户银行认为需要的其他材料)。

4、任何一笔资金出入募集资金专项账户时,公司承诺将妥善保管资金入账、资金支出的相关单据以备债券受托管理人及相关监管机构查验。

5、债券事务代表对募集资金专项账户的管理包括:定期核对募集资金专项账户存款余额,确保账实一致;批准专项账户资金的所有提取、使用行为;收集、整理和分析所有发行人有关本次债券募集资金使用的信息。

本次债券受托管理人将遵照《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司2015年面向合格投资者公开发行公司债券受托管理协议》履行受托管理职责,有权代表债券持有人随时到专项账户开户银行查询本次债券募集资金专项账户中募集资金的存储与划转情况,以切实保证本次债券募集资金的规范使用。

第八节 债券持有人会议

为保证本次债券持有人的合法权益，规范本次债券持有人会议的组织 and 行为，发行人根据《公司法》、《证券法》、《管理办法》等相关法律、法规、部门规章和规范性文件的规定，制定了《债券持有人会议规则》。本节仅列示了本次债券《债券持有人会议规则》的主要内容，投资者在作出相关决策时，请查阅《债券持有人会议规则》全文。《债券持有人会议规则》的全文置备于发行人办公场所。投资者认购或购买或以其他合法方式取得本次债券之行为视为同意接受《债券持有人会议规则》并受之约束。

一、债券持有人行使权利的形式

《债券持有人会议规则》中规定的债券持有人会议权限范围内的事项，债券持有人应通过债券持有人会议维护自身的利益；其他事项，债券持有人应依据法律、行政法规和本募集说明书的规定行使权利，维护自身的利益。债券持有人会议由全体债券持有人依据《债券持有人会议规则》组成，债券持有人会议依据《债券持有人会议规则》规定的程序召集并召开，并对《债券持有人会议规则》规定的职权范围内的事项依法进行审议和表决。

二、债券持有人会议规则的主要内容

根据《债券持有人会议规则》，债券持有人会议决议对全体债券持有人（包括所有出席会议、未出席会议、反对决议或放弃投票权的债券持有人，以及在相关决议通过后受让本次债券的持有人，下同）均有同等约束力。

（一）债券持有人会议的权限范围

- 1、就发行人变更本次债券募集说明书的约定作出决议，但债券持有人会议不得作出决议同意发行人不支付本次债券本息；
- 2、当发行人未能按期支付本次债券本息时，决定委托债券受托管理人通过诉讼等程序强制发行人偿还债券本息，决定委托债券受托管理人参与发行人的整顿、和解、重组或者破产的法律程序；

3、当发行人发生减资、合并、分立、解散或者申请破产时，对应采取的债权保障措施以及是否接受发行人的提议作出决议；对行使债券持有人依据《公司法》、《企业破产法》等有关法律、法规享有的权利的方案作出决议；

4、对更换、解聘债券受托管理人作出决议；

5、对决定是否同意发行人与债券受托管理人修改《债券受托管理协议》或达成相关补充协议作出决议，变更内容不会对债券持有人权益造成重大影响的除外；

6、在法律规定许可的范围内对债券持有人会议规则的修改作出决议；

7、当发生对债券持有人权益有重大影响的事项时，对行使债券持有人依法享有的权利的方案作出决议；

8、行使法律、法规、部门规章、规范性文件和债券持有人会议规则赋予债券持有人会议的其他职权。

（二） 债券持有人会议的召集

1、在本次公司债券存续期间内，发生下列情形之一的，应召开债券持有人会议：

（1）拟变更债券募集说明书的约定；

（2）拟修改债券持有人会议规则；

（3）拟变更债券受托管理人或受托管理协议的主要内容；

（4）发行人不能按期支付债券本息；

（5）发行人减资、合并、分立、解散或者申请破产；

（6）增信机构、增信措施或者其他偿债保障措施发生重大变化且对债券持有人利益带来重大不利影响；

（7）发行人管理层不能正常履行职责，导致发行人债务清偿能力面临严重不确定性，需要依法采取行动；

（8）发行人提出债务重组方案；

（9）发行人、单独或合计持有本次未偿还债券本金总额百分之十以上的债券持有人书面提议召开；

(10) 发生其他对债券持有人权益有重大影响的事项。

2、债券持有人会议由债券受托管理人负责召集。当出现债券持有人会议权限范围内的任何事项或债券持有人会议规则第七条项下事项时，债券受托管理人应自其知悉该等事项之日起按勤勉尽责的要求尽快发出召开债券持有人会议的通知。

3、受托管理人应当自收到书面提议之日起 5 个交易日内向提议人书面回复是否召集持有人会议。同意召集会议的，受托管理人应于书面回复日起 15 个交易日内召开会议。受托管理人应当召集而未召集债券持有人会议的，发行人、单独或者合计持有本次未偿还债券本金总额百分之十以上的债券持有人有权自行召集债券持有人会议。

4、债券持有人会议召集人应当依法根据债券持有人会议规则规定发出债券持有人会议通知，及时组织、召开债券持有人会议。

债券受托管理人发出召开债券持有人会议通知的，债券受托管理人为债券持有人会议召集人；单独持有本次未偿还债券本金总额百分之十以上的债券持有人发出召开债券持有人会议通知的，该债券持有人为债券持有人会议召集人；合计持有本次未偿还债券本金总额百分之十以上的债券持有人发出召开债券持有人会议通知的，合并发出召开该债券持有人会议通知的债券持有人推举一名债券持有人为召集人；发行人发出召开债券持有人会议通知的，发行人为召集人。

5、召集人应当至少于债券持有人会议召开日前 10 个交易日按照监管部门规定的方式公告债券持有人会议通知，公告内容包括但不限于下列事项：

(1) 债券发行情况；

(2) 召集人、会务负责人姓名及联系方式；

(3) 会议时间和地点；

(4) 会议召开形式。持有人会议可以采用现场、非现场或者两者相结合的形式；会议以网络投票方式进行的，受托管理人应披露网络投票办法、计票原则、投票方式、计票方式等信息；

(5) 会议拟审议议案。议案应当属于持有人会议权限范围、有明确的决议事项，并且符合法律、法规和《债券持有人会议规则》的相关规定；

(6) 会议议事程序：包括持有人会议的召集方式、表决方式、表决时间和其他相关事宜；

(7) 债权登记日：应当为持有人会议召开日前的第五个交易日；

(8) 提交债券账务资料以确认参会资格的截止时点：债券持有人在持有人会议召开前未向召集人证明其参会资格的，不得参加持有人会议和享有表决权；

(9) 委托事项。债券持有人委托参会的，参会人员应当出具授权委托书和身份证明，在授权范围内参加持有人会议并履行受托义务。

6、会议召集人可就公告的会议通知以公告方式发出补充通知，但补充通知应在债券持有人会议召开日 5 个交易日前发出，并且不得因此而变更债券持有人会议的债权登记日。

7、于债权登记日在证券登记机构托管名册上登记的本次债券持有人，为有权出席该次债券持有人会议的登记持有人。

8、债券持有人会议原则上应在发行人办公地或债券受托管理人办公地召开。会议场所由发行人提供或由债券持有人会议召集人提供。

9、债券持有人会议应当由律师见证。见证律师原则上由为债券发行出具法律意见的律师担任。见证律师对会议的召集、召开、表决程序、出席会议人员资格和有效表决权等事项出具法律意见书。法律意见书应当与债券持有人会议决议一同披露。

(三) 议案、委托及授权事项

1、提交债券持有人会议审议的议案由召集人负责起草。议案内容应符合法律、法规的规定，在债券持有人会议的权限范围内，并有明确的议题和具体决议事项。

2、债券持有人会议审议事项由召集人根据债券持有人会议规则第六条和第七条的规定决定。

发行人、受托管理人、单独或合计持有本次债券总额百分之十以上有表决权的债券持有人有权向债券持有人会议提出临时议案。提案人应不迟于债券持有人会议召开之日前 8 个交易日，将内容完整的提案书面提交召集人。召集人应在收到书面提案之日起 2 日内对提案人的资格、提案内容是否符合法律规定、是否与全体债券持有人利益相关等事项进行审议。召集人审议通过的，应在债券持有人会议召开日 5 个交易日前按照监管部门规定的方式发布债券持有人会议补充通知，公告提案人姓名（或名称）、持有债券的比例（如提案人为债券持有人）和新增提案的内容。提案人应当保证提案内容符合有关法律、法规、部门规章、规范性文件以及债券持有人会议规则的规定。

单独或合计持有本次债券总额百分之十以上有表决权的债券持有人提出会议议案或临时议案的，在公告债券持有人会议决议前，该等债券持有人所持有的本次债券不得低于本次债券总额百分之十，并应当在发出债券持有人会议通知前申请在上述期间锁定其持有的本次债券。

除上述规定外，召集人在发出债券持有人会议通知公告后，不得修改会议通知中已列明的提案或增加新的提案。债券持有人会议通知（包括增加临时提案的补充通知）中未列明的提案，或不符合债券持有人会议规则第六条和第七条规定要求的提案不得进行表决和/或决议。

3、债券持有人（或其法定代表人、负责人）可以亲自出席债券持有人会议并表决，也可以委托代理人代为出席并表决。债券持有人或其代理人出席债券持有人会议的差旅费用、食宿费用等，均由债券持有人自行承担。

受托管理人可以作为征集人，征集债券持有人委托其代为出席债券持有人会议，并代为行使表决权。

征集人应当向债券持有人客观说明债券持有人会议的议题和表决事项，不得隐瞒、误导或者以有偿方式征集。征集人代为出席债券持有人会议并代为行使表决权的，应当取得债券持有人出具的授权委托书。

4、债券受托管理人和发行人应当出席债券持有人会议，但无表决权（债券受托管理人亦为债券持有人者除外）。若债券持有人为发行人、持有发行人百分

之十以上股份的股东或发行人及上述发行人股东的关联方，则该等债券持有人在债券持有人会议上可发表意见，但无表决权，并且其持有的本次债券在计算债券持有人会议决议是否获得通过时，不计入本次债券表决权总数。确定上述发行人股东的股权登记日为债权登记日当日。

发行人、债券清偿义务承继方等关联方及债券增信机构应当按照召集人的要求列席债券持有人会议。

资信评级机构可以应召集人邀请列席会议，持续跟踪债券持有人会议动向，并及时披露跟踪评级结果。

经会议召集人同意，发行人聘请的会计师事务所会计师、法规另有规定或会议召集人同意的其他重要相关方可以参加债券持有人会议，并有权就相关事项进行说明。

债券持有人本人出席会议的，应出示本人身份证明文件和持有本次债券的证券账户卡或适用法律规定的其他证明文件，债券持有人法定代表人或负责人出席会议的，应出示本人身份证明文件、法定代表人或负责人资格的有效证明和持有本次债券的证券账户卡或适用法律规定的其他证明文件。

委托代理人出席会议的，代理人应出示本人身份证明文件、委托人（或其法定代表人、负责人）依法出具的授权委托书、委托人身份证明文件、委托人持有本次债券的证券账户卡或适用法律规定的其他证明文件。

5、债券持有人出具的授权委托书应当载明下列内容：

- （1）代理人的姓名；
- （2）是否具有表决权和/或表决权的范围；
- （3）分别对列入债券持有人会议议程的每一审议事项投赞成、反对或弃权票的指示；
- （4）投票代理委托书签发日期和有效期限；
- （5）委托人签字或盖章。

授权委托书应当注明：如果债券持有人不作具体指示，债券持有人的代理人是否可以按自己的意思表决。授权委托书应在债券持有人会议召开 24 小时之前

送交债券受托管理人。

6、召集人应依据证券登记结算机构提供的、在债权登记日交易结束时持有本次债券的债券持有人名册共同对出席会议的债券持有人的资格和合法性进行验证，并登记出席债券持有人会议的债券持有人和/或代理人的姓名或名称及其所持有表决权的本次未偿还债券的张数。

上述债券持有人名册应由发行人从证券登记结算机构取得，并无偿提供给召集人。

（四） 债券持有人会议的召开

1、债券持有人会议可以采用现场、非现场或者两者相结合的形式。

2、债券持有人会议应由债券受托管理人代表主持。如债券受托管理人未能履行职责时，由出席会议的债券持有人共同推举 1 名债券持有人（或债券持有人的代理人）担任会议主持并主持会议；如在该次会议开始后 1 小时内未能按前述规定共同推举出会议主持，则应当由出席该次会议的持有本次未偿还债券张数最多的债券持有人（或其代理人）主持会议。

3、发行人应委派代表出席债券持有人会议。除涉及发行人商业秘密或受适用法律和信息披露规定的限制外，出席会议的发行人代表应当对债券持有人的质询和建议作出答复或说明。

4、会议召集人应制作出席会议人员的签名册。签名册应载明参加会议的债券持有人和出席会议代理人的名称（或姓名）及其身份证件号码、持有或者代表的本次未偿还债券张数及其证券账户卡号码或适用法律规定的其他证明文件的相关信息等事项。

（五） 表决、决议及会议记录

1、向债券持有人会议提交的每一议案应由与会的有权出席债券持有人会议的登记持有人或其正式任命的代理人投票表决。每一张未偿还的债券（面值为人民币 100 元）拥有一票表决权。

2、债券持有人会议通知载明的各项议案应当分开审议、表决。除因不可抗力等特殊原因导致债券持有人会议中止或不能作出决议外，债券持有人会议不得

对会议通知载明的议案进行搁置或不予表决。

债券持有人会议不得就未经通知的议案进行表决。债券持有人会议审议议案时，不得对议案进行变更，任何对议案的变更应被视为一个新议案，不得在本次会议上进行表决。

3、债券持有人会议采取记名方式投票表决。

债券持有人或其代理人对拟审议事项表决时，只能投票表示：同意或反对或弃权。多填、未填、错填、字迹无法辨认的表决票或未投的表决票均视为投票人放弃表决权利，其所持有表决权的本次债券张数对应的表决结果应计为“弃权”。

4、债券持有人会议设监票人两人，负责债券持有人会议计票和监票。会议主持人应主持推荐本次债券持有人会议的监票人，监票人由出席债券持有人会议的债券持有人担任。

每一审议事项的表决投票，应当由监票人、1名债券受托管理人代表和1名发行人代表参加清点，并由清点人当场公布表决结果。

5、会议主持人根据表决结果确认债券持有人会议决议是否获得通过，并应当在会上宣布表决结果。决议的表决结果应载入会议记录。

6、会议主持人如果对决议的表决结果有任何怀疑，可以对所投票数进行点算；如果会议主持人未提议重新点票，出席会议的债券持有人（或债券持有人代理人）对会议主持人宣布结果有异议的，有权在宣布表决结果后立即要求重新点票，会议主持人应当即时点票。

7、债券持有人会议对表决事项作出决议，经超过持有本次未偿还债券面值总额且有表决权二分之一的债券持有人（或债券持有人代理人）同意方可生效。

8、债券持有人会议通过的决议，对所有债券持有人均有同等约束力。受托管理人依据债券持有人会议决议行事的结果由全体债券持有人承担。债券持有人包括所有出席会议、未出席会议、反对议案或者放弃投票权、无表决权的债券持有人，以及在相关决议通过后受让债券的持有人。

任何与本次债券有关的决议，如果导致变更发行人、债券持有人之间的权利义务关系的，除中国法律、法规、部门规章、规范性文件和本次债券募集说明书明确规定债券持有人会议作出的决议对发行人有约束力的情形之外：

（1）如果该决议是根据债券持有人、债券受托管理人的提议作出的，该决议经债券持有人会议表决通过并经发行人书面同意后，对发行人和全体债券持有人有约束力；

（2）如果该决议是根据发行人的提议做出的，经债券持有人会议表决通过后，对发行人和全体债券持有人有约束力。

9、债券持有人会议应有书面会议记录，并由出席会议的召集人代表和见证律师签名。会议记录记载以下内容：

（1）召开会议的时间、具体时间、地点、召集人名称或姓名；

（2）会议主席、出席及列席会议的人员和监票人的姓名以及会议议程；

（3）出席会议的债券持有人和代理人人数、所代表表决权的本次债券张数及占发行人本次债券总张数的比例；

（4）对每一拟审议事项的审议经过、发言要点；

（5）每一表决事项的表决结果；

（6）债券持有人的质询意见、建议及发行人代表的答复或说明等内容；

（7）法律、法规、部门规章和规范性文件以及债券持有人会议认为应当载入会议记录的其他内容。

10、债券持有人会议记录由出席会议的债券受托管理人代表和见证律师签名。债券持有人会议记录、表决票、出席会议人员的签名册、出席会议的代理人的授权委托书等会议文件资料由债券受托管理人保管，保管期限至本次债券期限截止之日起五年期限届满之日结束。债券受托管理人保管期限届满后，应当根据发行人的要求将上述资料移交发行人。

11、召集人应保证债券持有人会议连续进行，直至形成最终决议。因不可抗力等特殊原因导致会议中止或不能作出决议的，应采取必要的措施尽快恢复召开债券持有人会议或直接终止本次会议，并将上述情况及时向全体债券持有人通报。

12、债券持有人会议召集人应当在债券持有人会议表决截止日次一交易日按照监管部门规定的形式披露会议决议公告，会议决议公告包括但不限于以下内容：

（1）出席会议的债券持有人所持表决权情况；

- (2) 会议有效性;
- (3) 各项议案的议题和表决结果。

第九节 债券受托管理人

为保证全体债券持有人的最大利益，按照《公司法》、《证券法》、《中华人民共和国合同法》以及《管理办法》等有关法律法规和部门规章的规定，发行人聘请华泰联合证券作为本次债券的债券受托管理人，并签订了《债券受托管理协议》。

投资者认购或持有本次债券视作同意华泰联合证券作为本次债券的债券受托管理人，且视作同意发行人与债券受托管理人签署的本次债券的《债券受托管理协议》项下的相关规定。

一、《债券受托管理协议》的签署

（一） 债券受托管理人

公司名称：华泰联合证券有限责任公司

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

联系人：王梓濛

电话：010-56839300

传真：010-56839500

邮政编码：100032

（二） 受托管理人的聘任及受托管理协议签订情况

2015 年 10 月，发行人与华泰联合证券有限责任公司签订了《债券受托管理协议》。

（三） 公司与受托管理人的利害关系情况

除与发行人签订《债券受托管理协议》以及作为本次发行公司债券的主承销商之外，受托管理人与发行人之间不存在可能影响其公正履行公司债券受托管理职责的利害关系。

二、《债券受托管理协议》主要事项

（一）受托管理事项

为维护本次债券全体债券持有人的权益，发行人聘任华泰联合作为本次债券的受托管理人，并同意接受华泰联合的监督，配合华泰联合履行受托管理职责。

在本次债券存续期内，华泰联合应当勤勉尽责，根据相关法律法规、规范性文件及自律规则（以下合称法律、法规和规则）、募集说明书、债券受托管理协议及债券持有人会议规则的规定，行使权利和履行义务。

（二）发行人的权利和义务

1、发行人应当根据法律、法规和规则及募集说明书的约定，按期足额支付本次债券的利息和本金。

2、发行人应当为本次债券的募集资金制定相应的使用计划及管理制度，实行专户管理，并接收华泰联合监督。募集资金的使用应当符合现行法律法规的有关规定及募集说明书的约定。

3、本次债券存续期内，发行人应当根据法律、法规和规则的规定，及时、公平地履行信息披露义务，确保所披露或者报送的信息真实、准确、完整，不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

4、本次债券存续期内，发生以下任何事项，发行人应当在三个交易日内书面通知华泰联合，并根据华泰联合要求持续书面通知事件进展和结果：

- （1）发行人经营方针、经营范围或生产经营外部条件等发生重大变化；
- （2）债券信用评级发生变化；
- （3）发行人主要资产被查封、扣押、冻结；
- （4）发行人发生未能清偿到期债务的违约情况；
- （5）发行人当年累计新增借款或者对外提供担保超过上年末净资产的百分之二十；
- （6）发行人放弃债权或财产，超过上年末净资产的百分之十；
- （7）发行人发生超过上年末净资产百分之十的重大损失；
- （8）发行人作出减资、合并、分立、解散及申请破产的决定；
- （9）发行人涉及重大诉讼、仲裁事项或者受到重大行政处罚；

- (10) 保证人、担保物或者其他偿债保障措施发生重大变化；
- (11) 发行人情况发生重大变化导致可能不符合公司债券上市条件；
- (12) 发行人涉嫌犯罪被司法机关立案调查，发行人董事、监事、高级管理人员涉嫌犯罪被司法机关采取强制措施；
- (13) 发行人拟变更募集说明书的约定；
- (14) 发行人不能按期支付本息；
- (15) 发行人管理层不能正常履行职责，导致发行人债务清偿能力面临严重不确定性，需要依法采取行动的；
- (16) 发行人提出债务重组方案的；
- (17) 本次债券可能被暂停或者终止提供交易或转让服务的；
- (18) 发生其他对债券持有人权益有重大影响的事项。

就上述事件通知华泰联合时，发行人应就该等事项是否影响本次债券本息安全向华泰联合作出书面说明，并对有影响的事件提出有效且切实可行的应对措施。

5、发行人应当协助华泰联合在债券持有人会议召开前取得债权登记日的本次债券持有人名册，并承担相应费用。

6、发行人应当履行债券持有人会议规则及债券持有人会议决议项下债券发行人应当履行的各项职责和义务。

7、预计不能偿还债务时，发行人应当按照华泰联合要求追加担保，并履行募集说明书以及债券受托管理协议约定的其他偿债保障措施，并配合华泰联合办理其依法申请法定机关采取的财产保全措施。

8、发行人无法按时偿付本次债券本息时，应当对后续偿债措施作出安排，并配合华泰联合及时通知债券持有人。

出现预计不能按期偿付债券本息或者到期未能按期偿付债券本息时，发行人将至少采取如下措施：

- (1) 不向股东分配利润；
- (2) 暂缓公司重大对外投资、收购兼并等资本性支出项目的实施；
- (3) 调减或停发公司董事和高级管理人员的工资和奖金；
- (4) 公司主要责任人不得调离。

同时，对以下事项进行相关安排：

- （1）部分偿付及其安排；
- （2）全部偿付措施及其实现期限；
- （3）由增信机构或者其他机构代为偿付的安排；
- （4）重组或者破产的安排。

9、发行人应对华泰联合履行债券受托管理协议项下职责或授权予以充分、有效、及时的配合和支持，并提供便利和必要的信息、资料和数据。发行人应指定专人负责与本次债券相关的事务，并确保与华泰联合能够有效沟通。

10、受托管理人变更时，发行人应当配合华泰联合及新任受托管理人完成华泰联合工作及档案移交的有关事项，并向新任受托管理人履行债券受托管理协议项下应当向华泰联合履行的各项义务。

11、在本次债券存续期内，发行人应尽最大合理努力维持债券上市交易。

12、发行人应当根据债券受托管理协议第 4.22 条的规定向华泰联合支付本次债券受托管理报酬和华泰联合履行受托管理人职责产生的合理费用。

13、发行人应当履行债券受托管理协议、募集说明书及法律、法规和规则规定的其他义务。

（三） 受托管理人的职责、权利和义务

1、华泰联合应当根据法律、法规和规则的规定及债券受托管理协议的约定制定受托管理业务内部操作规则，明确履行受托管理事务的方式和程序，对发行人履行募集说明书约定义务的情况进行持续跟踪和监督。

2、华泰联合应当持续关注发行人和保证人（如有）的资信状况、担保物（如有）价值和权属情况以及内外部增信机制、偿债保障措施的实施情况，监测发行人是否出现第 3.4 条规定且对债券持有人权益有重大影响的事项，并按照债券受托管理协议的约定对上述情况进行核查，履行受托管理职责。华泰联合可采取包括但不限于如下方式进行核查：

- （1）就债券受托管理协议第 3.4 条约定的情形，列席发行人和保证人（如有）的内部有权机构的决策会议；
- （2）每年查阅前项所述的会议资料、财务会计报告和会计账簿；
- （3）调取发行人、保证人（如有）银行征信记录；

(4) 对发行人和保证人（如有）进行现场检查；

(5) 约见发行人或者保证人（如有）进行谈话。

3、华泰联合应当对发行人专项账户募集资金的接收、存储、划转与本息偿付进行监督。华泰联合应当在募集资金到位后一个月内与发行人以及存放募集资金的银行订立监管协议。

4、在本次债券存续期内，华泰联合应当持续监督并每年定期检查发行人募集资金的使用情况是否与募集说明书约定一致。

5、华泰联合应当真实、准确、完整、及时、公平地披露信息，不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

华泰联合应当将披露的信息刊登在本次债券交易场所的互联网网站，同时将披露的信息或信息摘要刊登在至少一种中国证监会指定的报刊，供公众查阅。披露的信息包括但不限于定期受托管理事务报告、临时受托管理事务报告、中国证监会及自律组织要求披露的其他文件。

6、华泰联合应当督促发行人在募集说明书中披露债券受托管理协议、债券持有人会议规则的主要内容，并应当通过深交所网站向债券持有人披露受托管理事务报告、本次债券到期不能偿还的法律程序以及其他需要向债券持有人披露的重大事项。

7、华泰联合应当每年对发行人进行回访，监督发行人对募集说明书约定义务的执行情况，并做好回访记录，出具受托管理事务报告。

8、出现债券受托管理协议第 3.4 条规定且对债券持有人权益有重大影响情形的，在知道或应当知道该等情形之日起五个交易日内，华泰联合应当问询发行人或者保证人（如有），要求发行人或者保证人（如有）解释说明，提供相关证据、文件和资料，并向市场及时公告临时受托管理事务报告，说明该重大影响情形的情况、产生的影响、督促发行人采取的措施等。发生触发债券持有人会议情形的，召集债券持有人会议。

9、华泰联合应当根据法律、法规和规则、债券受托管理协议及债券持有人会议规则的规定召集债券持有人会议，并监督相关各方严格执行债券持有人会议决议，监督债券持有人会议决议的实施。

10、华泰联合应当在债券存续期内持续督导发行人履行信息披露义务。华泰

联合应当关注发行人的信息披露情况，收集、保存与本次债券偿付相关的所有信息资料，根据所获信息判断对本次债券本息偿付的影响，并按照债券受托管理协议的约定报告债券持有人。

11、华泰联合预计发行人不能偿还债务时，应当要求发行人追加担保，督促发行人履行债券受托管理协议第 3.7 条约定的偿债保障措施，或者可以依法申请法定机关采取财产保全措施，华泰联合预计发行人不能偿还债务时，在采取上述措施的同时告知债券交易场所和债券登记托管机构。

华泰联合履行受托管理人职责依法申请法定机关采取财产保全措施产生的费用应由发行人承担。华泰联合可以要求发行人为申请财产保全措施提供担保，发行人应予以配合。若发行人不予配合，华泰联合可以召集债券持有人会议，由债券持有人要求提供担保。

12、本次债券存续期内，华泰联合应当勤勉处理债券持有人与发行人之间的谈判或者诉讼事务。

13、发行人为本次债券设定担保的（如有），华泰联合应当在本次债券发行前或募集说明书约定的时间内取得担保的权利证明或者其他有关文件，并在担保期间妥善保管。

14、华泰联合为履行受托管理职责，有权代表债券持有人查询债券持有人名册及相关登记信息、专项账户中募集资金的存储与划转情况等。

15、发行人不能偿还债务时，华泰联合应当督促发行人、增信机构（如有）和其他具有偿付义务的机构（如有）等落实相应的偿债措施，并可以接受全部或部分债券持有人的委托，以自己名义代表债券持有人提起民事诉讼、参与重组或者破产的法律程序。

16、发行人信息披露文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使债券持有人遭受损失的，或者公司债券出现违约情形或风险的，华泰联合应当及时通过召开债券持有人会议等方式征集债券持有人的意见，并勤勉尽责、及时有效地采取相关措施，包括但不限于与发行人、增信机构（如有）、承销机构及其他责任主体进行谈判，提起民事诉讼，申请仲裁，参与重组或者破产的法律程序等。

17、华泰联合应当至少提前二十个交易日掌握本次公司债券还本付息、赎回、回售、分期偿还等的资金安排，督促发行人按时履约。

18、华泰联合对受托管理相关事务享有知情权，但应当依法保守所知悉的发行人商业秘密等非公开信息，不得利用提前获知的可能对公司债券持有人权益有重大影响的事项为自己或他人谋取利益。

19、华泰联合应当妥善保管其履行受托管理事务的所有文件档案及电子资料，包括但不限于债券受托管理协议、债券持有人会议规则、受托管理工作底稿、与增信措施有关的权利证明，保管时间不得少于债券到期之日或本息全部清偿后五年。

20、除上述各项外，华泰联合还应当履行以下职责：

（1）债券持有人会议授权受托管理人履行的其他职责；

（2）募集说明书约定由受托管理人履行的其他职责。

21、在本次债券存续期内，华泰联合不得将其受托管理人的职责和义务委托其他第三方代为履行。

华泰联合在履行债券受托管理协议项下的职责或义务时，可以聘请律师事务所、会计师事务所等第三方专业机构提供专业服务。

22、华泰联合有权依据债券受托管理协议的规定获得受托管理报酬。华泰联合根据债券受托管理协议和有关法律规定受托管理本次公司债券事务而应当获得的报酬由发行人和华泰联合另行约定。

（四）债券持有人的权利与义务

1、债券持有人有权按照约定期限取得利息、收回本金。

2、债券持有人有权对债券进行转让、抵押和继承。

3、债券持有人根据法律、行政法规的规定和募集说明书的约定行使权利，监督发行人和债券受托管理人的有关行为。

4、债券持有人有权按照债券持有人会议规则的规定参加债券持有人会议并享有表决权。

5、债券持有人会议有权监督债券受托管理人并有权更换不合格的受托管理人。

6、债券持有人可通过债券持有人会议行使权利，当债券持有人无法通过债券持有人会议行使权利时，也可单独行使权利。

7、除法律、法规规定及募集说明书约定外，债券持有人不得要求发行人提

前偿还债券的本金和利息。

8、债券持有人应遵守债券受托管理协议、债券持有人会议规则和债券持有人会议通过的合法、有效的决议。

9、债券持有人和债券受托管理人应按照法律和募集说明书的约定行使监督权和办理有关债券事务，不应干预或影响发行人的经营活动。

10、根据法律、法规和规则及募集说明书的约定，应当由债券持有人承担的其他义务。

（五） 受托管理事务报告

1、受托管理事务报告包括年度受托管理事务报告和临时受托管理事务报告。

2、华泰联合应当建立对发行人的定期跟踪机制，监督发行人对债券募集说明书所约定义务的执行情况，对发行人的偿债能力和增信措施的有效性进行全面调查和持续关注，并至少在每年 6 月 30 日前向市场公告上一年度的受托管理事务报告。因故无法按时披露的，应当提前披露受托管理事务报告延期披露公告，说明延期披露的原因及其影响。

前款规定的受托管理事务报告，应当至少包括以下内容：

- （1）华泰联合履行职责情况；
- （2）发行人的经营与财务状况；
- （3）发行人募集资金使用及专项账户运作情况；
- （4）内外部增信机制、偿债保障措施发生重大变化的，说明基本情况及处理结果；
- （5）发行人偿债保障措施的执行情况以及公司债券的本息偿付情况；
- （6）发行人在募集说明书中约定的其他义务的执行情况；
- （7）债券持有人会议召开的情况；
- （8）发生债券受托管理协议第 3.4 条第（一）项至第（十八）项等情形的，说明基本情况及处理结果；
- （9）对债券持有人权益有重大影响的其他事项。

3、在公司债券存续期内，出现以下情形之一的，华泰联合在知道或应当知道该等情形之日起五个交易日内向市场公告临时受托管理事务报告：

- （1）华泰联合在履行受托管理职责时与发行人发生利益冲突；

- (2) 发行人募集资金使用情况和募集说明书不一致；
- (3) 内外部增信机制、偿债保障措施发生重大变化；
- (4) 第 3.4 条第（一）项至第（十八）项等情形。

（六）利益冲突的风险防范机制

1、华泰联合不应与债券持有人存在利益冲突，以下情形构成债券受托管理协议项下的利益冲突：

（1）因股权交易或其它原因，使华泰联合与发行人构成关联方关系。关联方认定标准依照《企业会计准则第 36 号——关联方披露（2006）》第二章的规定。

（2）因重大经济利益，使得华泰联合作为债券受托管理人的独立性可能受到损害，包括（1）华泰联合与发行人存在除证券承销和担任本次债券受托管理人等专业收费服务之外重大的直接或间接经济利益；或（2）华泰联合营业收入主要来自发行人；或（3）华泰联合与发行人存在密切的经营关系；

（3）因受到有关单位或个人不恰当的干预，使华泰联合作为债券受托管理人的独立性可能受到损害。

（4）华泰联合因衍生品交易或其它原因，可以从本次债券价格下跌或无法偿付中获益，或因本次债券价格上涨或偿付受损，或与债券持有人存在其它利益冲突。

2、当出现债券受托管理协议 6.1 条约定的利益冲突情形时，华泰联合在知道或应当知道该等情形之日起五个交易日内向市场公告临时受托管理事务报告，说明利益冲突情形，并预计该情形在短期（临时受托管理事务报告公布之日起三十个交易日）内能否消除。预计该情形在短期内能够消除的，华泰联合应在三十个交易日之内向市场公告临时受托管理事务报告，说明利益冲突情形消除情况。单独或合计持有本次债券总额百分之三十以上的债券持有人有理由相信华泰联合存在利益冲突情形，且华泰联合尚未就该情形公告时，可书面要求华泰联合在五个交易日内向市场公告临时受托管理事务报告。

华泰联合预计利益冲突情形无法在短期内消除；或华泰联合预计短期内能够

消除，但三十个交易日内未能消除；或单独或合计持有本次债券总额百分之三十以上的债券持有人因利益冲突情形书面要求华泰联合公告临时受托管理事务报告，但华泰联合在五个交易日内未能公告的，单独或合计持有本次债券总额百分之十以上的债券持有人有权召集债券持有人会议，履行变更受托管理人程序。

3、华泰联合不得为本次债券提供担保，且华泰联合承诺，其与发行人发生的任何交易或者其对发行人采取的任何行为均不会损害债券持有人的权益。

4、发行人或华泰联合任何一方违反债券受托管理协议利益冲突防范机制，对协议另一方或债券持有人产生任何诉讼、权利要求、损害、支出和费用（包括合理的律师费用）的，应负责赔偿并使其免受损失。

（七） 受托管理人的变更

1、在本次债券存续期内，出现下列情形之一的，应当召开债券持有人会议，履行变更受托管理人的程序：

（1）华泰联合未能持续履行债券受托管理协议约定的受托管理人职责；

（2）单独或合计持有本次债券总额百分之三十以上的债券持有人提议变更受托管理人；

（3）华泰联合停业、解散、破产或依法被撤销；

（4）华泰联合提出书面辞职；

（5）华泰联合不再符合受托管理人资格的其他情形。

出现本条第（1）项或第（2）项情形且华泰联合应当召集而未召集债券持有人会议的，单独或合计持有本次债券总额百分之十以上的债券持有人有权自行召集债券持有人会议；出现本条第（3）项情形的，发行人应当召集债券持有人会议，聘请新的受托管理人；出现本条第（4）项情形的，华泰联合应当在债券持有人会议召开前推荐新的受托管理人。

2、债券持有人会议决议决定变更受托管理人或者解聘华泰联合的，在债券持有人会议作出变更债券受托管理人的决议之日之后第十五个交易日起，新任受托管理人继承华泰联合在法律、法规和规则及债券受托管理协议项下的权利和义务，债券受托管理协议终止。华泰联合职责终止的，应当自完成移交手续之日起五个交易日内，由新任受托管理人向中国证券业协会报告，报告内容包括但不限

于：新任受托管理人的名称，新任受托管理人履行职责起始日期，受托管理人变更原因以及资料移交情况。

3、华泰联合应当在上述变更生效当日或之前与新任受托管理人办理完毕工作移交手续。

4、华泰联合在债券受托管理协议中的权利和义务，在新任受托管理人与发行人签订受托协议之日或双方约定之日起终止，但并不免除华泰联合在债券受托管理协议生效期间所应当享有的权利以及应当承担的责任。

（八） 陈述与保证

1、发行人保证以下陈述在债券受托管理协议签订之日均属真实和准确：

（1）发行人是一家按照中国法律合法注册并有效存续的公司制法人；

（2）发行人签署和履行债券受托管理协议已经得到发行人内部必要的授权，并且没有违反适用于发行人的任何法律、法规和规则的规定，也没有违反发行人的公司章程以及发行人与第三方签订的任何合同或者协议的规定。

2、华泰联合保证以下陈述在债券受托管理协议签订之日均属真实和准确：

（1）华泰联合是一家按照中国法律合法注册并有效存续的证券公司；

（2）华泰联合具备担任本次债券受托管理人的资格，且就华泰联合所知，并不存在任何情形导致或者可能导致华泰联合丧失该资格；

（3）华泰联合签署和履行债券受托管理协议已经得到华泰联合内部必要的授权，并且没有违反适用于华泰联合的任何法律、法规和规则的规定，也没有违反华泰联合的公司章程以及华泰联合与第三方签订的任何合同或者协议的规定。

（九） 不可抗力

1、不可抗力事件是指双方在签署债券受托管理协议时不能预见、不能避免且不能克服的自然事件和社会事件。主张发生不可抗力事件的一方应当及时以书面方式通知其他方，并提供发生该不可抗力事件的证明。主张发生不可抗力事件的一方还必须尽一切合理的努力减轻该不可抗力事件所造成的不利影响。

2、在发生不可抗力事件的情况下，双方应当立即协商以寻找适当的解决方

案，并应当尽一切合理的努力尽量减轻该不可抗力事件所造成的损失。如果该不可抗力事件导致债券受托管理协议的目标无法实现，则债券受托管理协议提前终止。

（十） 违约责任

1、债券受托管理协议任何一方违约，守约方有权依据法律、法规和规则、募集说明书及债券受托管理协议的规定追究违约方的违约责任。

2、以下事件构成债券受托管理协议项下的违约事件：

（1）在本次债券到期、加速清偿或回售时，发行人未能偿付到期应付本金；

（2）发行人未能偿付本次债券的到期利息，且该种违约持续超过三十日仍未解除；

（3）发行人不履行或违反债券受托管理协议规定，在正常经营活动需要外，出售其全部或实质性的资产；

（4）发行人不履行或违反债券受托管理协议项下的任何承诺（上述（1）到（3）项违约情形除外），且经华泰联合书面通知，或经持有本次债券本金总额百分之三十以上的债券持有人书面通知，该种违约持续三十个连续交易日仍未解除；

（5）在本次债券存续期间内，本次债券的担保人（如有）发生解散、注销、吊销、停业且发行人未能在该等情形发生之日起三十个交易日内提供华泰联合认可的新担保人为本次债券提供担保；

（6）发行人丧失清偿能力、被法院指定接管人或已开始相关的诉讼程序；

（7）在本次债券存续期间内，其他因发行人自身违约和/或违规行为而对本次债券本息偿付产生重大不利影响的情形。

（8）华泰联合未履行债券受托管理协议约定的受托管理人职责；

（9）华泰联合不再符合受托管理人资格；

（10）华泰联合违反债券受托管理协议项下的任何约定，为发行人或本次债

券产生不利影响的其他情形。

3、如果债券受托管理协议下的违约事件发生且一直持续三十个交易日仍未解除，代表出席债券持有人会议二分之一以上表决权的债券持有人可通过债券持有人会议决议，以书面方式通知发行人，宣布所有本未偿还债券的本金和相应利息，立即到期应付，即加速清偿。

在宣布加速清偿后，如果发行人在不违反适用法律规定的前提下采取了以下救济措施：（1）向债券受托管理人提供保证金，且保证金数额足以支付以下各项金额的总和（i）债券受托管理人及其代理人 and 顾问的合理赔偿、费用和开支；（ii）所有迟付的利息；（iii）所有到期应付的本金；（iv）适用法律允许范围内就迟延支付的债券本金计算的复利；或（2）相关的违约事件已得到救济或被豁免；或（3）债券持有人会议同意的其他措施，代表出席债券持有人会议二分之一以上表决权的债券持有人可通过债券持有人会议决议，以书面通知发行人豁免其违约行为，并取消加速清偿的决定。

4、如果发生债券受托管理协议第 11.2 条约定的违约事件且一直持续，华泰联合应自行，或根据债券持有人会议的指示，采取可行的法律救济方式回收债券本金和/或利息，或强制发行人履行债券受托管理协议或本次债券项下的义务。

5、上述违约事件发生时，发行人应当承担相应的违约责任，包括但不限于按照募集说明书的约定向债券持有人及时、足额支付本金及/或利息以及迟延履行本金及/或利息产生的罚息、违约金等，并就华泰联合因发行人违约事件承担相关责任造成的损失予以赔偿。

11.6 在本次债券存续期间，若华泰联合拒不履行、故意迟延履行债券受托管理协议约定下的义务或职责，致使发行人或债券持有人造成直接经济损失的，华泰联合应当按照法律、法规和规则的规定及募集说明书的约定（包括其在募集说明书中做出的有关声明，如有）承担相应的法律责任，包括但不限于继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等方式，但非因华泰联合自身故意或重大过失原因导致其无法按照债券受托管理协议约定履职的除外。

11.7 在本次债券存续期间，若债券持有人因其过失、恶意、故意不当行为或违反债券受托管理协议的任何行为（包括不作为）导致发行人或华泰联合及/

或其董事、工作人员、雇员和代理人产生任何诉讼、权利要求、损害、债务、判决、损失、成本、支出和费用（包括合理的律师费用），债券持有人应负责赔偿并采取一切可能的措施将上述损失控制在最小范围内。

（十一） 法律适用与争议解决

1、债券受托管理协议适用于中国法律并依其解释。

2、债券受托管理协议项下所产生的或与债券受托管理协议有关的任何争议，首先应在争议各方之间协商解决。如果协商解决不成，协议双方一致同意将争议提交设于北京的中国国际经济贸易仲裁委员会，根据该会届时有效的仲裁规则进行仲裁。

3、当产生任何争议及任何争议正按前条约定进行解决时，除争议事项外，各方有权继续行使债券受托管理协议项下的其他权利，并应履行债券受托管理协议项下的其他义务。

（十二） 协议的生效、变更及终止

1、债券受托管理协议在同时满足以下条件时生效：

（1）债券受托管理协议经双方法定代表人/负责人（或授权代表）签字并加盖各自公章；

（2）中国证监会核准本次债券的发行；

（3）本次债券成功发行。

2、除非法律、法规和规则另有规定，债券受托管理协议的任何变更，均应当由双方协商一致订立书面补充协议后生效。债券受托管理协议于本次债券发行完成后的变更，如涉及债券持有人权利、义务的，应当事先经债券持有人会议同意。任何补充协议均为债券受托管理协议之不可分割的组成部分，与债券受托管理协议具有同等效力。

3、发生下列情况时，债券受托管理协议终止：

（1）按照债券受托管理协议第七条的规定变更债券受托管理人；

（2）本次债券存续期届满，发行人依照本次债券募集说明书的约定，按期

足额偿付本次债券本息；

（3）通过其他方式，本次债券持有人的本息收益获得充分偿付，从而使本次债券持有人和发行人的债权债务关系归于终止；

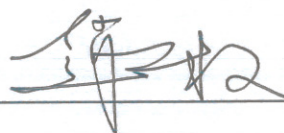
（4）发行人未能依照本次债券募集说明书的约定，按期足额偿还本次债券本息。华泰联合为了本次债券持有人的利益，已经采取了各种可能的措施，本次债券持有人的权益已经得到充分维护，或在法律上或/和事实上已经不能再获得进一步的维护，从而使本次债券持有人和发行人的债权债务关系归于终止。

第十节 发行人、中介机构及相关人员声明

关于公司符合公开发行公司债券条件的声明

根据《公司法》、《证券法》和《公司债券发行与交易管理办法》的有关规定，发行人符合公开发行公司债券的条件。

法定代表人签字：



赵文权

北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司



2016年1月15日

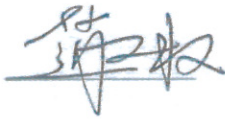
发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

发行人全体董事、监事及高级管理人员承诺本募集说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

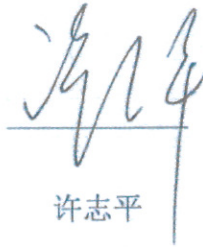
（以下无正文）

0411

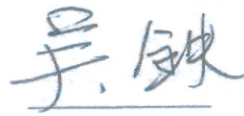
董事:



赵文权



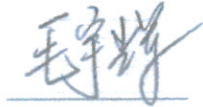
许志平



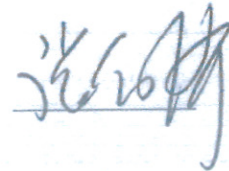
吴铁



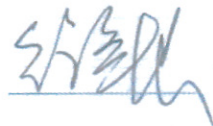
孙陶然



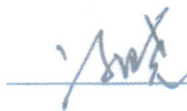
毛宇辉



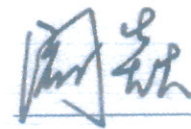
张向际



徐东根



冯晓

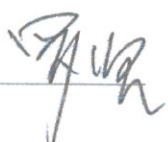


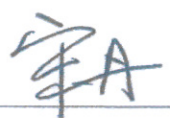
阎焱

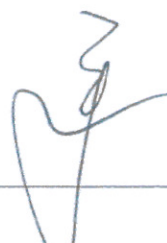
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司



监事:


罗坚


宋丹

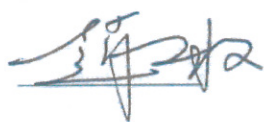

王宇

北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司

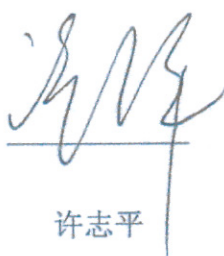


2016年1月15日

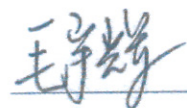
高级管理人员：



赵文权



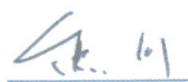
许志平



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



主承销商声明

发行人已对募集说明书及其摘要进行了核查，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。

发行人承诺本募集说明书及其摘要因存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，与发行人承担连带赔偿责任，但是能够证明自己没有过错的除外；本募集说明书及其摘要存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且公司债券未能按时兑付本息的，发行人承诺负责组织募集说明书约定的相应还本付息安排。

项目负责人签字：

万方 张

法定代表人签字：

王

主承销商（公章）：华泰联合证券有限责任公司



债券受托管理人声明

发行人承诺严格按照相关监管机构及自律组织的规定、募集说明书及受托管理协议等文件的约定，履行相关职责。

发行人的相关信息披露文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使债券持有人遭受损失的，或者公司债券出现违约情形或违约风险的，发行人承诺及时通过召开债券持有人会议等方式征集债券持有人的意见，并以自己名义代表债券持有人主张权利，包括但不限于与发行人、增信机构、承销机构及其他责任主体进行谈判，提起民事诉讼或申请仲裁，参与重组或者破产的法律程序等，有效维护债券持有人合法权益。

发行人承诺，在受托管理期间因发行人拒不履行、迟延履行或者其他未按照相关规定、约定及本声明履行职责的行为，给债券持有人造成损失的，将承担相应的法律责任。

项目负责人签字： 万力 张赞

法定代表人签字：

171225

受托管理人（公章）：华泰联合证券有限责任公司



发行人律师声明

本所及签字的律师已阅读募集说明书及其摘要，确认募集说明书及其摘要与本所出具的法律意见书不存在矛盾。本所及签字的律师对发行人在募集说明书及其摘要中引用的法律意见书的内容无异议，确认募集说明书不致因所引用内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办律师：

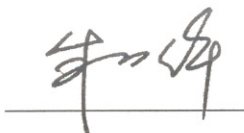


孙彦



于进进

律师事务所负责人：



朱小辉

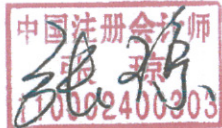


2016 年 1 月 15 日

会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读募集说明书及其摘要，确认募集说明书及其摘要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及其摘要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而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：



会计师事务所负责人：

陈永全

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）



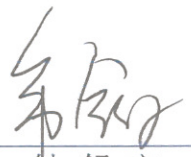
2016 年 1 月 15 日

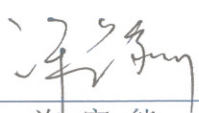
资信评级机构声明

本机构及签字的资信评级人员已阅读募集说明书及其摘要，确认募集说明书及其摘要与本机构出具的报告不存在矛盾。本机构及签字的资信评级人员对发行人在募集说明书及其摘要中引用的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而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字资信评级人员：


曾 辉


钟 舒 文


许 家 能

资信评级机构法定代表人：


关 敬 如

中诚信证券评估有限公司
2016 年 1 月 15 日

第十一节 备查文件

本次公司债券供投资者查阅的有关备查文件如下：

一、备查文件内容

1、发行人 2012 年审计报告、2013 年审计报告、2014 年审计报告、2015 年 1-9 月未经审计的财务报表；

2、主承销商核查意见；

3、法律意见书；

4、资信评级报告；

5、《债券持有人会议规则》；

6、《债券受托管理协议》；

7、中国证监会核准本次发行的文件。

在本次债券发行期间，投资者可至发行人、主承销商处查阅募集说明书全文及备查文件，亦可访问深圳证券交易所网站（<http://www.szse.cn/>）查阅募集说明书及摘要。投资者可以自本次债券募集说明书公告之日起到发行人及主承销商处查阅本募集说明书全文及上述备查文件。

二、查询时间及地址

（一）查阅时间

交易日：除法定节假日以外的每日 9:00-11:30，14:00-16:30。

（二）查阅地点

1、发行人：北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司

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

联系人：项颀

联系电话：010-56478871

传真：010-56478000

邮政编码：100015

2、主承销商：华泰联合证券有限责任公司

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

联系人：李航、刘洪泽

联系电话：010-56839300

传真：010-56839500

邮政编码：100032