

创业板风险提示

声明：本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有业绩不稳定、经营风险高、退市风险大等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司

BlueFocus Communication Group Co., Ltd.

(注册地址：北京市朝阳区酒仙桥路甲 10 号 3 号楼 20 层 20A)

BlueFocus

首次公开发行股票并在创业板上市 招股说明书

保荐人(主承销商)



(深圳市罗湖区深南东路 5047 号发展银行大厦)

北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	2,000万股
每股面值	人民币1.00元
每股发行价格	33.86元
预计发行日期	2010年2月5日
拟上市证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	8,000万股
本次发行前股东所持股份的流通限制及股东对所持股份自愿锁定的承诺	<p>公司共同控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份；赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华作为公司董事承诺：上述承诺期限届满后，在任职期间每年转让的股份不超过其所持有发行人股份总数的百分之二十五，在离职后半年内，不转让其所持有的发行人股份；此外，赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华作为公司一致行动人（共同控制人），承诺自上述期限届满日起三年内减持股份的，减持后本人持股比例不低于首发上市时公司总股本8,000万股的百分之六，并且不通过大宗交易系统减持。</p> <p>公司股东毛宇辉、潘勤、田文凯、陈剑虹承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其持有的</p>

发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份；承诺期限届满后，上述股份可以流通和转让。此外，毛宇辉、潘勤、田文凯、陈剑虹作为公司监事或高级管理人员承诺：上述承诺期限届满后，在任职期间每年转让的股份不超过其所持有发行人股份总数的百分之二十五；在其离职后半年内，不转让其所持有的发行人股份。其中毛宇辉、潘勤、陈剑虹因分别持有本次发行申请文件正式受理日（2009年7月31日）前6个月内取得新增股84,000股、27,000股、60,000股，承诺其持有的该部分股份自公司股票上市之日起二十四个月内，转让的股份不超过本人所持有该新增股份总额的百分之五十。

公司股东熊剑共持有公司260,000股股份，其中200,000股为本次发行申请文件正式受理日（2009年7月31日）前6个月内取得，承诺：其中60,000股股份自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份；承诺期限届满后，上述股份可以流通和转让；其中200,000股股份自股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份。

公司股东刘蕾杰共持有公司50,000股股份，均为本次发行申请文件正式受理日（2009年7月31日）前6个月内取得的新增股份，其中22,000股从离职员工转让取得，28,000股从公司实际控制人之一赵文权转让取得，承诺：其中22,000股股份自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，自公司股票上市之日起二十四个月内，转让的股份不超过本人所持有该新增股份总额的百分之五十；其中28,000股股份自股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份。

公司股东赵文源承诺自公司股票上市之日起三十六个月

	<p>内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份。</p> <p>公司法人股东达晨财信、达晨创投及其他 131 名自然人股东承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份；承诺期限届满后，上述股份可以流通和转让。其中罗斌、丁晓东、毛晨、赵昀、吴星、马犁、李林、黄青榕、吴哲飞、田军、王双玉、莫莉、傅颖、李雪松、武慧琴、吴浴涛、葛柱宇、姜素田、王晏清、吴传清、郭慧麟、胡星、陈方亚、仇洪昌、初晓东、杜宝凤、夏志卫、许祥和、刘军、高鹏分别持有本次发行申请文件正式受理日（2009 年 7 月 31 日）前 6 个月内取得的新增股份 200,000 股、200,000 股、154,000 股、120,000 股、60,000 股、24,000 股、48,000 股、72,000 股、190,000 股、34,000 股、7,200 股、3,600 股、2,400 股、2,400 股、1,200 股、15,000 股、10,000 股、30,000 股、451,327 股、165,929 股、47,788 股、31,858 股、26,549 股、26,549 股、10,000 股、70,000 股、10,000 股、17,000 股、10,000 股、51,000 股，承诺其持有的该部分股份自公司股票上市之日起二十四个月内，转让的股份不超过本人所持有该新增股份总额的百分之五十。</p>
保荐人（主承销商）	华泰联合证券有限责任公司
招股说明书签署日期	2010 年 1 月 22 日

发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，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。

重大事项提示

本公司特别提醒投资者认真阅读本招股说明书全文，并特别注意下列重大事项提示：

一、本次发行前公司总股本 60,000,000 股，本次拟发行 20,000,000 股，发行后总股本 80,000,000 股。

二、公司股东赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华合计持有公司 37,612,865 股股份，占公司本次发行前总股本的 62.69%，根据 2008 年 12 月 31 日五人签署的《关于共同控制北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司并保持一致行动的协议书》，上述五人为发行人的共同控制人，共同构成发行人的实际控制人。

根据《一致行动人协议》约定：五人将在蓝色光标下列事项上继续采取一致行动，作出相同的意思表示，无论五人中任何一方或多方是否直接持有蓝色光标的股份：

(1) 行使董事会、股东大会的表决权；

(2) 向董事会、股东大会行使提案权；

(3) 行使董事、监事候选人提名权；

(4) 保证所推荐的董事人选在蓝色光标的董事会行使表决权时，采取相同的意思表示。

五人自蓝色光标发行上市之日起三年（即限售期）内不得退出一致行动及解除协议，也不得辞去董事、监事或高级管理人员职务。自限售期满起三年内，五人如在蓝色光标担任董事、监事、高级管理人员职务的，不得退出一致行动。五人如提出辞去蓝色光标董事、监事、高级管理人员职务，在确认其辞职对蓝色光标无重大影响的前提下，由董事会决议通过后（在董事、高级管理人员提出辞职的情形下），或由监事会决议通过后（在监事提出辞职的情形下）方可辞去。在此之后，在蓝色光标运营一个会计年度后且年报显示其辞职对于蓝色光标的稳定经营无重大影响，方可退出一致行动。五人中担任蓝色光标董事长的一方不得退出一致行动及解除协议，直至协议自动失效（五人中的四人以上退出一致行动协议自动失效）。在不违反国家法律法规的情形下，《一致行动人协议》长期有效。

根据五人于 2010 年 1 月 6 日签署的《〈关于共同控制北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司并保持一致行动的协议书〉之补充协议》，约定：如任何一方违反《一致行动协议》的约定，擅自退出一致行动，应缴纳 1000 万元的违约金，五方中的其他任一

守约方，均有权要求违约方自退出一致行动发生之日起 30 日内缴纳前述违约金。前述违约金应全部上缴公司；如出现一方擅自退出一致行动的情形，且未按前述第一项的约定缴纳违约金，则公司及公司的其他实际控制人均有权采取包括但不限于申请冻结本人所持公司股份等法律手段进行追缴，并按照每日千分之一的标准收取违约金，该违约金亦应全部上缴公司。

同时，为了保持公司股权结构的稳定，五人出具了《关于所持股份自愿锁定的承诺》。赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份；赵文权、许志平、孙陶然、吴铁、陈良华作为公司董事承诺：上述承诺期限届满后，在任职期间每年转让的股份不超过其所持有发行人股份总数的百分之二十五，在离职后半年内，不转让其所持有的发行人股份；此外，赵文权、许志平、孙陶然、吴铁、陈良华作为公司一致行动人（共同控制人），承诺自上述期限届满日起三年内减持股份的，减持后本人持股比例不低于首发上市时公司总股本 8,000 万股的百分之六，并且不通过大宗交易系统减持。

三、根据 2009 年 3 月 30 日公司 2008 年年度股东大会决议及 2009 年 9 月 16 日公司第一届第十三次董事会决议通过，以 2008 年 12 月 31 日为基准日，将基准日经审计的未分配利润 27,285,351.38 元扣除经 2008 年年度股东大会审议通过的股东利润分配数额 14,675,000 元后，基准日剩余可供股东分配利润 12,610,351.38 元与基准日后实现的可供股东分配利润，一并由股票发行以后的新老股东共享。

四、公司特别提醒投资者需特别关注公司的风险及其他重要事项，特别需认真阅读本招股说明书“风险因素”一章的全部内容，公司主要风险有：

（一）社会公众认知风险

当前我国经济发展仍然处于社会主义初级阶段，许多新兴行业或领域也处于初级发展阶段，公共关系行业在我国的发展仅二十余年，一方面行业发展迅速，成长势头迅猛，另一方面许多国内企业对公共关系的认识还处于较低水平，这可能影响到行业发展速度，存在一定的认知风险。

（二）人力资源风险

人力资源是公共关系行业的核心资源，公共关系人才的业务能力决定着公共关系服务的质量和品质。目前国内公共关系专业人才短缺，流动率较高，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。

（三）依赖重要客户的风险

公司前五大客户营业收入合计占公司总收入的比例较高，2009年1-6月、2008年度、2007年度、2006年度该比例分别为48.14%、50.89%、51.97%、51.19%。虽然公司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，存在依赖重要客户的风险。

（四）股权分散导致被收购的风险

公司本次发行前总股本为6,000万股，股东赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华持股比例分别为13.06%、12.84%、12.31%、12.25%、12.24%，根据五人于2008年12月31日签署《一致行动人协议》五人合计持有并控制公司股份37,612,865股份，占公司本次发行前总股本的62.69%。以本次发行2,000万股，发行后总股本为8,000万股，五人持股比例将下降为47.02%。如果公司实际控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华未能履行一致行动人协议义务，将导致公司股权相对分散，使得公司有可能成为被收购对象，存在被收购风险。

（五）2008年初公司收购蓝标信息，蓝标信息在2007年度和2006年度享受了企业所得税减免政策，减免金额为974,468.49元和252,221.32元，由于广州市天河区国家税务局第七税务分局无权作出蓝标信息根据财税[2002]208号文在2006年、2007年免征企业所得税的批复。因此，虽然该公司于2009年4月3日完成工商注销手续，但仍存在上述所得税减免税额被追缴的风险。

目 录

第一章 释 义	13
第二章 概 览	15
一、发行人简介	15
二、发行人实际控制人简介	15
三、发行人主营业务概述	16
四、发行人所处行业简介	16
五、发行人主要财务数据及财务指标	17
六、本次发行情况	18
七、募集资金用途	19
八、发行人核心竞争优势	19
第三章 本次发行概况	23
一、发行人基本情况	23
二、本次发行的基本情况	23
三、本次发行的有关当事人	24
四、发行上市的重要日期	27
第四章 风险因素	28
一、社会公众认知风险	28
二、人力资源风险	28
三、依赖重要客户的风险	29
四、公司股权分散引致的被收购风险	30
五、蓝标信息所得税减免税额被追缴的风险	30
六、行业竞争风险	31
七、募集资金投资项目风险	31
八、净资产收益率下降的风险	31
九、资产规模扩张带来的管理风险	32
十、经济危机风险	32
十一、股市风险	32

十二、不可抗力因素导致的风险	32
第五章 发行人基本情况	34
一、发行人改制重组情况	34
二、发行人设立以来的资产重组情况	39
三、发行人股权结构图	41
四、发行人实际控制人及持有发行人 5%以上股份的主要股东情况.....	41
五、发行人控股子公司、参股子公司简要情况	52
六、发行人组织架构情况	57
七、发行人设立以来组织架构调整情况	59
八、发行人股本情况	68
九、发行人职工持股会情况	80
十、发行人员工及其社会保障情况	80
十一、持有公司 5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的承诺.....	82
第六章 业务和技术	84
一、发行人主营业务及其变化情况	84
二、发行人所处行业的基本情况	84
三、发行人所处行业竞争情况	95
四、影响发行人所处行业发展的相关因素	104
五、发行人的主营业务	108
六、发行人生产经营所需的资源要素	125
七、发行人的特许经营权	132
八、发行人的企业文化和人力资源建设	132
九、发行人质量控制情况	134
第七章 同业竞争和关联交易	136
一、同业竞争	136
二、关联方与关联交易	137
第八章 董事、监事、高级管理人员与核心业务人员	148

一、董事、监事、高级管理人员与核心业务人员情况	148
二、董事、监事、高级管理人员与核心业务人员及其近亲属的持股情况	153
三、董事、监事、高级管理人员与核心业务人员的对外投资情况	154
四、董事、监事、高级管理人员与核心业务人员在发行人及关联方薪酬情况	156
五、董事、监事、高级管理人员的兼职情况	157
六、公司与董事、监事、高级管理人员及核心业务人员签订的协议及为约束并稳定上述人员采取的措施	158
七、董事、监事、高级管理人员及核心业务人员作出的重要承诺	159
八、董事、监事、高级管理人员的任职资格	159
九、董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况	159
第九章 公司治理	161
一、公司治理结构建立健全及运行情况	161
二、股东大会依法运作情况	161
三、董事会规范运作情况	165
四、审计委员会运作情况	167
五、监事会规范运作情况	168
六、独立董事工作情况	169
七、董事会秘书	169
八、重要制度的执行情况	170
九、发行人报告期内规范运作情况	172
十、内部控制制度完整性、合理性和有效性的自我评估意见	172
十一、注册会计师关于发行人内部控制制度完整性、合理性及有效性的鉴证意见	173
十二、发行人投资者权益保护的情况	173
第十章 财务会计信息与管理层分析	174
一、公司近三年及一期简要财务报表	174
二、审计意见类型及财务报表编制基础	184
三、合并财务报表范围及变化情况	185
四、报告期内采用的重要会计政策和会计估计	189
五、税项	200

六、公司最近一年及一期收购情况	204
七、公司最近三年及一期非经常性损益情况	204
八、公司最近三年及一期主要财务指标	206
九、发行人资产评估报告	206
十、发行人设立以来历次验资情况及发起人投入资产的计量属性	207
十一、报告期内会计报表附注中或有事项、期后事项和其他重要事项	210
十二、假定全面执行新会计准则的备考净利润	211
十三、公司最近三年及一期财务状况分析	212
十四、公司最近三年及一期盈利能力分析	233
十五、公司现金流量分析	250
十六、重大资本性支出分析	253
十七、公司财务状况和盈利状况未来发展趋势分析	253
十八、公司股利分配情况	254
第十一章 募集资金运用	258
一、募集资金运用概况	258
二、募集资金投资项目分析	263
三、募集资金运用对主要财务状况及经营成果的影响	272
第十二章 未来发展与规划	274
一、发行人未来三年的发展计划	274
二、发行人拟定计划依据的假设条件及主要困难	276
三、发行人发展计划与现有业务的关系	277
四、发行上市对现有业务计划的促进作用	277
第十三章 其他重要事项	279
一、发行人重要合同情况	279
二、发行人对外担保的有关情况	281
三、未决诉讼或仲裁事项	281
四、共同控制人及其控股子公司存在的重大诉讼或仲裁事项	281
五、公司共同控制人近三年是否存在违法、违规情况	282
六、董事、监事及高级管理人员和核心业务人员的重大诉讼或仲裁事项	282

第十四章 董事、监事、高级管理人员及有关中介声明	283
一、发行人全体董事声明	283
二、发行人全体监事声明	284
三、发行人全体高级管理人员声明	285
四、保荐人(主承销商)声明	286
五、发行人律师声明	287
六、审计机构声明	288
七、验资机构声明（一）	289
八、验资机构声明（二）	290
九、资产评估机构声明（一）	291
十、资产评估机构声明（二）	292
十一、验资机构声明（三）	293
第十五章 附 件	294
一、附件	294
二、附件查阅方式	294

第一章 释 义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列简称具有如下特定意义：

公司、本公司、蓝色光标、股份公司、发行人、	指	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司
有限公司、数码科技	指	北京蓝色光标数码科技有限公司
蓝色光标公共关系机构	指	公司经营蓝色光标品牌业务的一个虚拟组织架构，负责公司蓝色光标品牌所有公司或部门的运营。
智扬公关顾问机构	指	公司经营智扬公关品牌业务的一个虚拟组织架构，负责公司智扬公关品牌所有公司或部门的运营。
蓝标公关	指	北京蓝色光标公关顾问有限公司
蓝标动力	指	北京蓝标动力科技咨询服务有限公司
蓝标时间	指	北京蓝标时间市场顾问有限公司
蓝标信息	指	广州蓝标信息科技有限公司
蓝标印象	指	北京蓝标印象科技有限公司
蓝色印象	指	北京蓝色印象品牌顾问有限公司
智扬唯美	指	北京智扬唯美科技咨询有限公司
上海蓝标	指	上海蓝色光标公关服务有限公司
上海君缘	指	上海君缘公共关系服务有限公司
广州蓝标	指	广州蓝色光标市场顾问有限公司
蓝标智扬	指	北京蓝标智扬科技有限公司
智扬唯信	指	北京智扬唯信公关顾问有限公司
动力飞扬	指	北京动力飞扬公关咨询有限公司
博思瀚扬	指	北京博思瀚扬企业策划有限公司
欣博思	指	北京欣博思顾问有限公司
畅益思	指	北京畅益思科技发展有限公司
欣风翼	指	北京欣风翼科技有限公司
风翼畅合	指	北京风翼畅合品牌管理咨询有限公司
香港蓝标	指	香港蓝色光标公共关系有限公司
达晨财信	指	深圳市达晨财信创业投资管理有限公司
达晨创投	指	深圳市达晨创业投资有限公司

天津同创	指	天津同创立达投资中心（有限合伙）
北京拉卡啦	指	北京拉卡啦电子账单技术服务有限公司
拉卡啦（北京）	指	拉卡啦（北京）电子支付技术服务有限公司
北京贯能	指	北京贯能管理技术服务有限公司
北京朗哲基	指	北京朗哲基科技有限公司
WPP	指	Wire & Plastic Products Group 的简称，世界上最大的传播集团之一
IPG	指	Interpublic Group of Companies 的简称，美国第二大、世界第四大广告与传播集团
B2B	指	英文全称为 Business To Business，是指企业对企业之间的营销关系，是 Marketing Domains 中的一种。
NGO	指	英文全称为 Non-government organization，是指在特定法律系统下，不被视为政府部门的协会、社团、基金会、慈善信托、非营利公司或其他法人，以及不以营利为目的的非政府组织。
一致行动人协议	指	赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华等五名自然人股东于 2008 年 12 月 31 日签署的《关于共同控制北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司并保持一致行动的协议书》
实际控制人、共同控制人、一致行动人、五人	指	赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华
保荐人、主承销商	指	华泰联合证券有限责任公司
发行人律师	指	北京市君合律师事务所
发行人会计师、天职国际	指	天职国际会计师事务所有限公司
A股或股票	指	境内上市的每股面值1.00元的人民币普通股股票
报告期、三年一期	指	2009年1-6月、2008年、2007年和2006年
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
本次发行	指	发行人本次2000万股普通股股票的发行
元	指	人民币元
证券法	指	中华人民共和国证券法
公司法	指	中华人民共和国公司法
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

本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异，这些差异是因四舍五入造成的。

第二章 概 览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人简介

中文名称：北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司

英文名称：BlueFocus Communication Group Co., Ltd.

注册资本：人民币 6,000 万元

法定代表人：赵文权

成立日期：2002 年 11 月 4 日

整体变更日期：2008 年 1 月 17 日

住 所：北京市朝阳区酒仙桥路甲 10 号 3 号楼 20 层 20A

邮政编码：100015

电话号码：010—84575500

传真号码：010—84575606

互联网网址：www.bluefocusgroup.com

电子信箱：BFG@bluefocus.com

负责信息披露和投资者关系的部门：证券部

证券部负责人：田文凯

证券部电话号码：010-84575415

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

二、发行人实际控制人简介

公司本次发行前总股本为6,000万股，其中赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华五名自然人股东合计持有公司37,612,865股份，占公司本次发行前总股本的62.69%，根据2008年12月31日五人自愿签署的《关于共同控制北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司并保持一致行动的协议书》，上述五人为公司的共同控制人，构成发行人的实际控制人。

赵文权先生，持有公司股份7,834,533股，占本次发行前公司股本总额的13.0576%，是公司第一大股东。其简介详见本招股说明书“第八章董事、监事、高级管理人员与核心业务人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心业务人员情况(一)董事会成员”。

孙陶然先生，持有公司股份7,703,333股，占本次发行前公司股本总额的12.8389%，是公司第二大股东。其简介详见本招股说明书“第八章董事、监事、高级管理人员与核心业务人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心业务人员情况(一)董事会成员”。

吴铁先生，持有公司股份7,383,333股，占本次发行前公司股本总额的12.3056%，是公司第三大股东。其简介详见本招股说明书“第八章董事、监事、高级管理人员与核心业务人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心业务人员情况(一)董事会成员”。

许志平先生，持有公司股份7,348,333股，占本次发行前公司股本总额的12.2472%，是公司第四大股东。其简介详见本招股说明书“第八章董事、监事、高级管理人员与核心业务人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心业务人员情况(一)董事会成员”。

陈良华先生，持有公司股份7,343,333股，占本次发行前公司股本总额的12.2389%，是公司第五大股东。其简介详见本招股说明书“第八章董事、监事、高级管理人员与核心业务人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心业务人员情况(一)董事会成员”。

三、发行人主营业务概述

公司的主营业务属于公共关系服务，核心业务是为企业提供品牌管理服务，主要内容为品牌传播、产品推广、危机管理、活动管理、数字媒体营销、企业社会责任等一体化的链条式服务。

四、发行人所处行业简介

公司所处行业为公共关系行业，属于现代服务业。

目前，我国经济发展开始从资源消耗型向技术创新型加速转型，现代服务业成为我国经济转型的有力支点。现代服务业具备“三高三低”的特点，即高技术密集度、高知识含量、高附加值、低能耗、低物耗、低污染。因此，现代服务业的快速发展对于我国经济转型的意义重大，是我国经济产业升级的方向。

公共关系行业在我国是典型的朝阳产业，发展迅猛，前景广阔，是现代服务业的重要组成部分。改革开放30多年来，我国经济已经进入品牌经济时代。在品牌经济时代中，品牌的影响力是不可取代的，优质的品牌就意味着稳定的市场、丰厚的利润和超额

的溢价，我国许多企业越来越重视品牌的价值和作用。因此，企业对包括公共关系服务在内的品牌管理服务的需求是巨大的。

根据中国国际公共关系协会的统计，2000年至2008年我国公共关系行业年营业额增长速度超过30%，远远超过同期我国经济的增长速度和全球同行业的平均增长速度。目前，尽管全球性经济危机使得我国经济发展受到较大影响，但预计未来三年我国公共关系行业年营业额仍将以超过15%的增长速度快速发展。

从公共关系行业长期发展趋势来看，公共关系服务目前在我国市场的应用领域还比较小，目前只有IT业和汽车两个领域有大规模的应用，其他如消费品、医药、金融、地产等行业还只是初步的应用，在政府形象管理和投资者关系等领域还有巨大的潜在市场，公共关系行业未来发展的市场潜在空间非常广阔。

五、发行人主要财务数据及财务指标

以下财务数据均引自天职京审字【2009】1942号审计报告所附财务报表，投资者如欲详细了解公司财务状况，请阅读公司财务报表及附注。

（一）合并资产负债表主要数据

单位：元

项 目	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
流动资产合计	152,543,258.37	163,050,744.60	114,578,820.77	66,346,373.12
非流动资产合计	89,393,312.26	88,940,260.75	1,818,869.21	1,953,286.57
资产总计	241,936,570.63	251,991,005.35	116,397,689.98	68,299,659.69
流动负债合计	55,400,920.46	77,177,019.89	24,642,918.46	12,503,496.12
负债总额	55,400,920.46	77,177,019.89	24,642,918.46	12,503,496.12
所有者权益合计	186,535,650.17	174,813,985.46	91,754,771.52	55,796,163.57

（二）合并利润表主要数据

单位：元

项 目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
营业总收入	143,715,187.40	327,303,990.43	216,650,271.57	133,038,251.31
营业总成本	113,925,792.31	269,363,048.77	174,718,366.09	119,255,980.86
营业利润	29,789,395.09	57,940,941.66	41,931,905.48	13,782,270.45
利润总额	30,184,725.64	59,487,061.71	41,680,787.01	13,839,174.76
净利润	22,496,664.71	44,410,768.13	41,373,100.98	13,302,784.62

(三) 合并现金流量表主要数据

单位：元

项 目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
经营活动产生的现金流量净额	4,853,446.64	65,517,515.74	37,786,639.65	2,458,510.19
投资活动产生的现金流量净额	-2,706,353.33	-82,787,752.11	-760,058.28	-1,418,748.55
筹资活动产生的现金流量净额	-22,086,095.00	76,324,480.00	-5,400,000.00	-320,000.00
现金及现金等价物净增加额	-19,939,001.69	59,054,243.63	31,626,581.37	719,761.64

(四) 主要财务指标

财务指标	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
流动比率	2.75	2.11	4.65	5.31
速动比率	2.75	2.11	4.65	5.30
资产负债率（母公司）	22.12%	28.66%	18.33%	9.20%
应收账款周转率（次/年）	2.57	5.87	4.56	4.52
息税折旧摊销前利润（元）	33,240,755.68	61,685,408.08	42,761,232.34	14,765,066.89
归属于公司股东的净利润（元）	21,680,617.14	43,354,699.14	33,564,403.48	12,169,914.56
归属于公司股东的扣除非经常损益后的净利润（元）	21,383,222.27	39,991,479.45	33,766,356.52	12,114,091.11
利息保障倍数（倍）	35.24	255.44	-	-
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.08	1.12	-	-
每股净现金流量（元）	-0.33	0.94	-	-
基本每股收益（元）	0.36	0.79	-	-
稀释每股收益（元）	0.36	0.79	-	-
归属于公司股东每股净资产（元）	3.05	2.93	-	-
扣除非经常性损益后的净资产收益率（全面摊薄）	12.04%	23.99%	49.68%	28.20%
无形资产占净资产比例（扣除土地使用权）	0.23%	0.14%	0%	0%

六、本次发行情况

股票种类：人民币普通股（A股）

每股面值：1.00元

拟发行股数：2,000万股

发行价格：由发行人和保荐人根据向询价对象初步询价并结合市场情况等确定发行价格或中国证监会批准的其他方式

发行方式：采用网下向询价对象询价配售与网上资金申购定价发行相结合或中

国证监会批准的其他方式

发行对象：符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开立 A 股股票账户并成功开通创业板市场交易功能的境内自然人、法人等投资者（法律、国家禁止购买者除外）

承销方式：余额包销

七、募集资金用途

2009 年 3 月 30 日，经公司 2008 年年度股东大会审议通过，由董事会负责实施。本次募集资金将按照轻重缓急顺序投入以下项目：

项目名称	总投资 (万元)	建设期	核准或备案情况	环保部门备案文件
公共关系服务全国业务网络扩建项目	8,832	3 年	京朝阳发改（备）【2009】27 号	北京市朝阳区环境保护局于 2009 年 7 月 22 日出具了《朝阳区环境保护局行政许可不予受理通知书》（编号：2009-001），因项目未列入《建设项目环境影响评价分类管理名录》，不要求办理环保审批手续。
业务系统信息化管理平台项目	3,150	3 年	京朝阳发改（备）【2009】26 号	
活动管理业务拓展项目	4,000	1 年	京朝阳发改（备）【2009】28 号	
其它与主营业务相关的营运资金项目 约 46,095 万元				

公司将严格按照有关管理制度使用募集资金。若本次发行实际募集资金低于预计投资金额，公司将通过间接融资或自有资金方式予以补缺。

八、发行人核心竞争优势

公共关系公司的客户在选择公共关系服务供应商时，最看重的是公司提供服务方案的执行力，其次是方案的创意和团队的经验，而对服务价格等方面的因素并不是很敏感。公司在执行力、方案创意、团队经验上优势较为突出，核心竞争力较为显著，主要表现在以下几个方面：

（一）成长优势

公司自品牌创立以来，连续多年保持高速增长：公司员工从最初不到 10 个人发展到目前的 600 多人；业务网点从北京 1 处扩张到包括北京、上海、广州、香港等全国 24 个城市和地区；客户数量从几家发展到目前拥有超过 200 家优质客户；年营业收入从 100 多万元增长到 2008 年约 3.3 亿元，年均增长速度超过 30%。

目前在我国公共关系行业，公司已经成长为最具竞争优势的公司之一，未来仍将保持较高速的发展态势。

（二）管理优势

公司治理结构和管理建设较为合理规范，主要表现在以下方面：

第一，公司从蓝色光标品牌创立开始，股东持股比例较为稳定平均，使得公司经营决策更加谨慎合理，公司管理更加有效，执行力较强，避免了国内一些企业一股独大的公司治理缺陷。

第二，公司管理骨干和业务骨干在司工作时间平均超过8年以上，均从公共关系服务基层做起，业务技术熟练，管理经验丰富，对市场趋势的把握较敏锐，保证公司经营决策的高效性。

第三，公司领导层的业务能力得到公司员工普遍认同。近几年公司业务增长显著，规模逐年扩大，业内名气越来越高，显现出领导层的卓越的团队管理能力，提升了员工士气，增加了公司凝聚力。

第四，公司非常重视公司管理系统的建设，目前已构建完成符合公司业务特点的信息化管理平台，提升了公司管理水平，以保持公司管理的高效性。

（三）人才优势

作为现代服务业，公司拥有行业最核心的智力资源——人力资源，公司在行业竞争中具有人才优势，主要表现在以下方面：

第一，公司管理层业务能力强。公司的高级管理人员和主要核心人员均在公共关系行业从业多年，具有丰富的市场经验和稳定的客户群。

第二，公司业务人员成长迅速，业务素质普遍较高。公司建立了人性化培训机制，为新员工提供“导师制”的帮带制度，使其尽快成熟独立开展业务；公司还建立了“案例共享系统”，建立项目与案例、员工与专家的对话机制，激发员工思想火花；公司人性化的培训机制加快了公司新员工向业务专家的转换速度，提升了公司员工整体的业务素质。

第三，公司员工工作富有热情。公司通过企业文化和员工入股机制加强员工的凝聚力，使员工在认同公司企业文化的过程中形成主人翁意识，同时分享公司高速成长的利益，最大程度的激发员工的工作积极性，保持管理团队和业务团队稳定性。

第四，公司业务团队士气充沛，战斗力强。公司薪酬制度具有较强的竞争力，处于国内同行业中上水平；公司福利制度较为人性化，除法定福利制度之外，公司还执行具有特色的福利制度，例如健康基金、爱心基金、郁闷假期等，在保障员工物质需求的同时

时，丰富员工精神需求，从而形成了士气充沛, 战斗力强的专业服务团队。

第五，公司员工业务水平较高，特别是方案设计具有创意。由于公司企业文化较为人性化，对员工发展束缚较少，扩展了员工的发展空间，并且公司对员工进行定期的业务培训，营造了学习型组织文化，员工在亲和的环境下，凭借专业的知识基础，容易产生创意和灵感，进而提升了业务水平。

（四）创新优势

作为现代服务业，公司在自主创新方面主要表现为以下三点：

第一，公司设立时，国内公共关系市场基本由外资公司垄断，但外资公司服务模式不符合我国商业习惯，致使市场发展迟缓。公司根据我国国情，创造出的一套较为灵活的服务模式，避免了外来服务模式水土不服的不足，打破了外资公司垄断的局面，活跃了国内公共关系市场。

第二，公司是行业内第一家成功改制为股份公司的企业，是第一个在国际评选中获得荣誉的本土企业，是第一家使用资本并购手段谋求发展的本土企业，是唯一一个在全国建立了业务网络的企业。诸多的第一正是公司依靠不断的创新而获得的。

第三，公司利用互联网技术，率先将公共关系服务与网络技术融合集成，创建了国内最早的互动营销部，是公共关系服务手段的创新。公司利用各种新媒介、采用互联网传播技术服务于客户，在短时间内形成了超过 70 人的专业团队，业务收入已经从百万级增加至千万级，巩固了公司在公共关系领域的领先地位。

（五）经验优势

公司已经从事公共关系服务十余年，通过大量成功案例积累了可复制的业务经验。其中，部分案例评为中国公共关系案例大赛金奖，为开展业务提供了较好的借鉴经验。

公司通过内部局域网建立知识分享系统，将成功案例形成教案，与公司员工共享，充分运用公司经验成果培养人才，形成业务梯队。公司凭借丰富的经验和专业的人才梯队，形成了公司自身特有的方法体系，得到了客户的认可和赞同，奠定了自身的品牌基石。

（六）客户优势

虽然客户选定公共关系公司的标准较严格，但公司的卓越执行力、优良服务品质及丰富行业经验赢得了客户的认可。目前，公司现有客户多数为各行业的龙头企业，根据

美国《财富》最新公布的 2009 年全球 500 强名单，前 500 强中有 25 家企业为公司客户。

目前客户主要有：

行业分类	IT 业	互联网	汽车业	家电业	化工	食品	其他
主要客户名称	联想、微软、思科、AMD、佳能、诺基亚、索尼爱立信、三星	腾讯、百度	克莱斯勒、广汽丰田、宝马	西门子、博世、康佳、索尼	杜邦、壳牌	美赞臣、娃哈哈、雪花啤酒、箭牌	雅诗兰黛、摩根斯坦利、辉瑞制药、家乐福、GSK、ABB、

（七）品牌优势

公司旗下拥有蓝色光标、智扬公关和欣风翼三个品牌，尤其蓝色光标在业内口碑较高。另外，蓝色光标和智扬公关品牌在中国国际公共关系协会历年的 TOP 公司排名中名列前茅，并且在最近 4 届公共关系案例大赛中共夺得 7 个金奖，16 个银奖和唯一一个杰出公共关系大奖。

作为公共关系行业的本土领军企业，公司创造了我国公共关系行业的多个第一：

➤ 2006 年，荣获亚太权威营销杂志《Media》“年度最佳专业公司”大奖，成为首获亚太公共关系大奖的中国本土公共关系企业；

➤ 2007 年，公司名列全球专业公关公司排名 250 强第 75 位，成为唯一入选全球公共关系企业百强的中国本土公共关系企业；

➤ 2008 年，被美国权威机构霍尔姆斯评为 2008 年度大中华区最佳公共关系公司；

➤ 2009 年，在《福布斯》中文版 2009 中国潜力企业名单中排名第 122 位，成为唯一入选的公共关系公司；

➤ 2009 年 7 月 10 日，被评选为“清科-2009 年中国最具投资价值企业 50 强”。

（八）业务网络优势

目前，公司已在全国 24 个地区建立了服务网点，业务网络架构辐射面广，是目前国内唯一一个辐射全国的业务网络。该业务网络一方面能够满足现有客户在全国开展业务的需要，提高客户服务质量；另一方面也有利于开拓当地潜在客户，为公司“地域拓展”的发展战略奠定了基础。

第三章 本次发行概况

一、发行人基本情况

中文名称：北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司

英文名称：BlueFocus Communication Group Co., Ltd.

注册资本：人民币 6,000 万元

法定代表人：赵文权

成立日期：2002 年 11 月 4 日

整体变更日期：2008 年 1 月 17 日

住 所：北京市朝阳区酒仙桥路甲 10 号 3 号楼 20 层 20A

邮政编码：100015

电话号码：010-84575500

传真号码：010-84575606

互联网网址：www.bluefocusgroup.com

电子信箱：BFG@bluefocus.com

负责信息披露和投资者关系的部门：证券部

证券部负责人：田文凯

证券部电话号码：010-84575415

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

二、本次发行的基本情况

（一）本次发行的基本情况

股票种类：	人民币普通股（A 股）
每股面值：	1.00 元
拟发行股数：	2,000 万股，占发行后总股本的比例为 25%
每股发行价格：	由发行人和保荐人根据向询价对象初步询价并结合市场情况等确定发行价格或中国证监会批准的其他方式
发行市盈率：	50.54 倍（每股收益按照 2008 年经审计归属于公司股东的扣

	除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行前总股本计算)
	67.72 倍 (每股收益按照 2008 年经审计归属于公司股东的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算)
发行前每股净资产:	3.11 元 (按照公司 2009 年 6 月 30 日经审计的净资产除以本次发行前总股本计算)
发行后每股净资产:	10.09 元 (按 2009 年 6 月 30 日经审计的净资产加上本次发行筹资净额之和除以本次发行后总股本计算)
发行后市净率:	3.36 倍 (按照发行价格除以发行后每股净资产计算)
发行方式:	采用网下向询价对象询价配售与网上资金申购定价发行相结合或中国证监会批准的其他方式
发行对象:	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开立 A 股股票账户并成功开通创业板市场交易功能的境内自然人、法人等投资者 (法律、国家禁止购买者除外)
承销方式:	余额包销
募集资金总额:	67,720 万元
募集资金净额:	约 62,077 万元 (扣除发行费用后)

(二) 发行费用概算

1、承销及保荐费用:	4,663 万元
2、审计费用:	181 万元
3、评估费用:	11 万元
4、律师费用:	89 万元
5、信息披露、路演费用等:	约 699 万元
合计:	约 5,643 万元

三、本次发行的有关当事人

(一) 发行人	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司
法定代表人:	赵文权

- 注册地址：北京市朝阳区酒仙桥路甲 10 号 3 号楼 20 层 20A
- 联系电话：010—84575500
- 联系传真：010—84575606
- 联系人：田文凯
- (二) 保荐人（主承销商） 华泰联合证券有限责任公司**
- 法定代表人：马昭明
- 注册地址：深圳市深南东路 5047 号深发展银行大厦
- 联系地址：北京市西城区月坛北街月坛大厦 17 层
- 联系电话：010—68085588
- 联系传真：010—68085989
- 保荐代表人：武健、龚文荣
- 项目协办人：杨淑敏
- 联系人：翟峰、姜虹、郑思明、史佳琳
- (三) 发行人律师 北京市君合律师事务所**
- 负责人：肖微
- 注册地址：北京市建国门北大街 8 号华润大厦 20 层
- 联系电话：010—85191300
- 联系传真：010—85191350
- 经办律师：赵燕士、叶军莉
- (四) 会计师事务所/验资机构（一） 天职国际会计师事务所有限公司**
- 法定代表人：陈永宏
- 联系地址：北京市海淀区车公庄西路乙 19 号华通大厦 B 座 208-210 室
- 联系电话：010-88018766
- 联系传真：010-88018737
- 经办注册会计师：陈永宏、徐继凯
- (五) 验资机构（二） 北京天平会计师事务所有限责任公司**
- 法定代表人：宫肃康
- 办公地址：北京市海淀区中关村南大街 3 号海淀科技大厦 806 室
- 联系电话：010-68910947

- 联系传真： 010-68910948
- 经办注册会计师： 宫肃康、陆建来
- (六) 验资机构 (三) 北京兴华会计师事务所有限责任公司**
- 法定代表人 王全洲
- 办公地址： 北京市西城区裕民路 18 号北环中心 2209 室
- 联系电话： 010-82250666
- 联系传真： 010-82250851
- 经办注册会计师： 王全洲、陈群
- (七) 评估机构 (一) 沃克森 (北京) 国际资产评估有限公司**
- 法定代表人 郑文洋
- 办公地址： 北京市海淀区车公庄西路乙 19 号华通大厦 B 座 205 室
- 联系电话： 010-88018766
- 联系传真： 010-88019300
- 经办注册评估师： 黄立新、李文军
- (八) 评估机构 (二) 北京联首资产评估事务所有限公司**
- 法定代表人 刘松
- 办公地址： 北京市西城区北三环中路乙 6 号伦洋大厦 10 层 1002 室
- 联系电话： 010-82027599
- 联系传真： 010-62077899
- 经办注册评估师： 刘松、鞠品生
- (九) 股票登记机构 中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司**
- 注册地址： 深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼
- 联系电话： 0755-25938000
- 联系传真： 0755-25938000
- (十) 收款银行**
- 收款账户开户行： 中国工商银行深圳分行盛庭苑支行
- 收款账户户名： 华泰联合证券有限责任公司
- 收款账户账号： 4000010209200006013

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权益关系。

四、发行上市的重要日期

- (一) 刊登发行公告日期： 2010年2月4日
- (二) 开始询价推介的日期： 2010年1月29日—2010年2月2日
- (三) 刊登定价公告的日期： 2010年2月4日
- (四) 申购日期和缴款日期： 2010年2月5日
- (五) 股票上市日期： 本次股票发行结束后发行人将尽快申请在深圳交易所挂牌上市

第四章 风险因素

投资者应仔细阅读本招股说明书提供的所有资料，特别是本章列示的各项风险因素。以下风险因素按照重要性原则排序，可能直接或间接对发行人经营状况、财务状况、持续盈利能力和成长性产生重大不利影响。

一、社会公众认知风险

当前我国经济发展仍然处于社会主义初级阶段，许多新兴行业或领域也处于初步发展阶段，行业发展存在一定的认知风险。

公共关系行业自 80 年代中期由国际公司引入中国，行业在我国的真正发展是从 90 年代中期开始的，行业发展仅有十多年的时间。由于公共关系行业在我国的发展历史较短，尚未得到政府、企业和社会普通公众的普遍认知，大多数国内企业对公共关系服务认知度较低，仍处于初级阶段。企业在品牌管理方面一般倾向于使用对销量立竿见影的广告支出，而忽视了致力于长期建立品牌美誉度和忠诚度的公共关系服务。由于公共关系服务通常较难满足部分客户重视短期回报的偏好，从而一定程度上影响了公共关系行业在国内市场的推广和发展。

伴随着市场经济格局下品牌价值的不断凸现，公共关系在企业品牌建设和管理方面的效用逐渐释放，越来越多的大型企业已经开始意识到公共关系的作用，尤其在 IT 业和汽车等行业已成为企业的共识，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，公共关系市场也快速扩大，目前公共关系行业已经连续多年显现出高速发展的良好势头，成为现代服务业的新兴之秀。

二、人力资源风险

人力资源是公共关系行业的核心资源，公共关系人才的业务能力决定着公共关系服务的质量和品质。目前国内公共关系专业人才短缺，流动率较高，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。

公共关系人力资源目前表现为以下两个方面：

一是人员流动率较高。主要原因有三点：①公共关系行业的准入门槛不高，致使一些就职于现有公共关系企业的具备一定经验和能力的人员自行创业，自我发展；②公共关系行业市场化程度较高、竞争激烈，致使企业之间相互争抢人才；③公共关系行业工

作压力大，致使部分人才主动放弃在该行业的发展，进入其他行业。

二是业务培训机构严重不足。目前，相对于公共关系服务的需求发展而言，专业的公共关系服务培训机构较少，培训力量严重滞后，仅依靠企业自身培训人才不能满足对业务发展人才的需求。

尽管公司通过股权激励等方式稳定业务团队，凝聚核心骨干，但是如果公司在人力资源引入、培养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，将对公司持续经营带来一定影响。

公司关于人力资源风险的应对措施详见本招股说明书“第六章业务和技术之三、发行人所处行业竞争情况之（五）发行人的竞争优势和劣势之 1、竞争优势之（3）人才优势”。

三、依赖重要客户的风险

公司 2009 年 1-6 月、2008 年度、2007 年度、2006 年度前五大客户的收入占公司当期营业收入的比重分别为 48.14%、50.89%、51.97%、51.19%，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，公司存在依赖重要客户的风险。公司近三年一期前五大客户变动情况详见本招股说明书“第六章业务和技术之五、发行人的主营业务之（五）发行人的主要客户情况”。

近三年一期公司前五大客户的收入占公司当期营业收入的比重较高的主要原因是：

第一，公司核心客户需求增长迅速。公司核心客户均排名行业前列，资金实力雄厚，随着其业务的不断增长，对公司公共关系服务需求逐年增加。

第二，公司实施大客户策略，充分了解核心客户的服务需求，并在资源分配和团队建设方面予以倾斜。例如，报告期公司第一大客户联想集团的收入占公司当期营业收入的比重在 20%以上，比例相对较高，主要原因是公司与联想集团的合作已达十二年之久，公司长年为联想品牌提供服务的团队也达到 50 人以上，公司对联想集团的需求把握到位，联想集团也对公司提供的服务有较大依赖。

公司关注对重要客户的依赖风险，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产生较大影响。为规避上述风险，公司采用各种积极措施尽可能降低对主要客户的依赖，例如本次募集资金投资项目将加大区域业务网络建设的投入，以目前区域网络的框架为突破口，开发区域品牌客户，拓展公司

的业务规模，以减少公司对核心客户的依赖。

四、公司股权分散引致的被收购风险

公司本次发行前总股本为 6,000 万股，股东赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华持股比例分别为 13.06%、12.84%、12.31%、12.25%、12.24%，根据五人于 2008 年 12 月 31 日签署《一致行动人协议》五人合计持有并控制公司股份 37,612,865 股份，占公司本次发行前总股本的 62.69%。以本次发行 2,000 万股，发行后总股本为 8,000 万股，五人持股比例将下降为 47.02%。如果公司实际控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华未能履行一致行动人协议义务，将导致公司股权相对分散，使得公司有可能成为被收购对象，存在被收购风险。

针对公司股权分散引发的被收购风险，公司通过一致行动人协议对五人的一致行动进行了约束，最大限度的降低该风险。详见本招股说明书“第五章发行人基本情况之四、发行人实际控制人及持有发行人 5%以上股份的主要股东情况之（一）实际控制人情况”。

五、蓝标信息所得税减免税额被追缴的风险

2008 年初公司收购蓝标信息，蓝标信息在 2006 年度取得广州市天河区国家税务局第七税务分局出具的《减免税事项通知书》（天七国税内减免字[2006]号第 000023 号）及《减免税事项通知书》（天七国税内减免字[2006]第 000042 号），2007 年度和 2006 年度享受企业所得税税收减免政策的减免金额为 974,468.49 元和 252,221.32 元。

由于广州市天河区国家税务局第七税务分局无权作出蓝标信息根据财税[2002]208 号文在 2006 年、2007 年免征企业所得税的批复，因此，虽然该公司于 2009 年 1 月 13 日完成税务注销手续，并于 2009 年 4 月 3 日完成工商注销手续，但仍存在上述所得税减免税额被追缴的风险。

公司的实际控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平和陈良华已于 2009 年 8 月 28 日出具《承诺函》，就公司、公司前身（即北京蓝色光标数码科技有限公司）及其各自的下属子公司（包括曾经为公司或公司前身的子公司但目前已注销的公司）的纳税相关事宜特此承诺如下：若税务机关在任何时间要求发行人或其下属子公司补缴任何税款或者对发行人或其下属子公司因纳税事宜做出任何处罚，且税务机关要求发行人或其下属子公司补缴税款或者作出处罚的原因/事由发生在本次发行及上市前，则其承诺对发行人或其下属子公司应税务机关要求所支付的全部款项，包括但不限于补缴税款的金额、滞

罚金、罚款等承担全部及连带赔偿责任，以使发行人及其下属子公司免受损失。

六、行业竞争风险

我国公共关系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。另外，海外公共关系公司凭借其在行业中的经验和资本优势，陆续进入国内市场，导致国内市场竞争更加激烈。

公共关系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，公共关系市场中无序竞争可能影响公司的正常经营活动。

公司通过多年的不懈努力，已成长为国内公共关系行业龙头企业，综合实力连续多年排名行业前列，拥有“蓝色光标”、“智扬公关”、“欣风翼”等多个品牌，在业内具有一定的品牌优势，并且业务覆盖全国 24 个主要城市，在国内同行业中具有唯一一个辐射全国的业务网络，使得公司行业内具有较强的竞争优势（详见本招股说明书“第六章业务和技术之三、发行人所处行业竞争情况之（五）发行人的竞争优势和劣势”）。

七、募集资金投资项目风险

本次募集资金项目建成投入使用后，将对公司发展战略的实现、经营规模的扩大和业绩水平的提高产生重大积极影响。但是，本次募集资金投资项目的建设计划实施和实施效果存在不确定性。虽然公司对募集资金投资项目在建设方案、设备选型、工程方案等方面经过缜密分析，但在项目实施过程中，可能存在因工程进度、工程质量、投资成本发生变化而引致的风险。

另外，市场容量的变化、竞争对手的发展、服务费用的变动、宏观经济形势的变化以及服务渠道等因素也会对项目的投资回报和公司的预期收益产生影响。

八、净资产收益率下降的风险

本次发行完成后，公司净资产将在短时间内大幅增长，但募集资金投资项目有一定的建设周期，且项目产生效益尚需一段时间。预计本次发行后，公司净资产收益率将出现一定幅度的下降。因此，公司存在短期内净资产收益率下降的风险。

九、资产规模扩张带来的管理风险

公司自设立以来，随着经营规模的不断扩张，资产规模、营业收入、员工数量有较快的增长，本次发行后随着募集资金投资项目的实施，公司资产规模、营业收入、员工数量将会有更大的增长。公司规模的扩张将对公司的经营管理、项目组织、人力资源建设、资金筹措及运作能力等方面提出更高的要求。倘若公司管理体制和配套措施无法给予相应的支持，将会对公司的经营管理产生一定的影响。

十、经济危机风险

公共关系支出一般属于企业成本中的营销支出，在经济危机时期，多数企业会加大成本控制，可能会造成企业的公共关系预算支出降低，公共关系服务需求下降，最终会对公司业务产生一定的影响。

尽管经济危机对公共关系行业产生了一定的影响，但相对于整体经济形势而言，影响程度并不严重。（详见本招股说明书“第六章业务和技术之四、影响发行人所处行业发展的相关因素之（三）当前经济危机对行业的影响”）。

同时，经济危机也给公司带来了业务机遇。经济危机将潜藏在经济个体体内的问题瞬间放大，企业面临的自身危机骤然增多，对危机管理服务的需求随之增加，为公共关系行业创造了一块巨大的业务领域。部分企业也会在危机管理的过程中，进一步认识到公共关系服务的重要性，从而增加公共关系服务支出。此外，经济危机也会对中小公共关系企业带来较大的冲击，其市场空间会严重缩水，一方面公司通过规模效应抵御经济危机的冲击，另一方面可以抓住机遇，抢占更多的潜在客户和业务，实现危机中的快速发展。

十一、股市风险

股票市场投资收益与投资风险并存，股票价格不仅受公司盈利水平和发展前景的影响，还受到投资者的心理预期、股票供求关系、国内外宏观经济状况以及政治、经济、金融政策等诸多因素的影响。公司股票市场价格可能因出现上述风险因素而背离其投资价值，直接或间接给投资者带来损失。

十二、不可抗力因素导致的风险

诸如地震、台风、战争、疫病等不可抗力事件的发生，可能给公司的生产经营和盈

利能力带来不利影响。

第五章 发行人基本情况

一、发行人改制重组情况

(一) 设立方式

公司系在原北京蓝色光标数码科技有限公司整体变更的基础上发起设立的。2008年1月14日原有限公司股东会决议通过公司整体变更设立股份有限公司，原有限公司各股东签订《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司之发起人协议》，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，注册资本为5,000万元，整体变更为股份有限公司。

天职国际会计师事务所有限公司出具了审计报告（天职京审字【2007】第1402号）和验资报告（天职京验字【2008】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。

(二) 发起人情况

公司系在原有限公司基础上整体变更设立的股份公司，原有限公司的全体股东，即赵文权等45位自然人为新设股份公司的发起人，持股比例保持不变。

发起人基本情况如下：

姓名	性别	国籍	住址	身份证号码
赵文权	男	中国	北京市西城区德宝新园24楼1门401号	33090219701028XXXX
孙陶然	男	中国	北京市海淀区学院路20号石油大院北平房15号	11010819690322XXXX
吴铁	男	中国	北京市昌平区回龙观镇龙城花园南区98楼1号	11010219650122XXXX
许志平	男	中国	北京市海淀区中关村951号楼105号	11010719620827XXXX
陈良华	男	中国	北京市海淀区北京大学蔚秀园27公寓102号	11010819621002XXXX
高鹏	男	中国	北京市西城区罗贤胡同22号	11010819640815XXXX
毛晨	男	中国	北京市海淀区中关村51楼407号	11010819690517XXXX
谢骏	男	中国	南京市白下区西方巷26号A幢402室	32010319631118XXXX
田文凯	男	中国	广东省深圳市罗湖区笋岗东路1002号宝安广	11010819680315XXXX

姓名	性别	国籍	住址	身份证号码
			场 A 座 28 楼	
毛宇辉	男	中国	北京市海淀区温泉镇环山村 44 楼 4 单元 10 号	11010819721031XXXX
马犁	男	中国	上海市长宁区茅台路 597 弄 9 号 807 室	44030119620407XXXX
丁晓东	男	中国	银川市城区建新巷 3-3-402 号	640102731111XXXX
熊剑	男	中国	北京市海淀区高粱桥斜街 13 号院 34 号楼 1206 号	51010419780710XXXX
罗斌	男	中国	北京市海淀区学院路 37 号 9601497	11010819790424XXXX
潘勤	女	中国	北京市海淀区万柳阳春光华家园 4 楼 605 号	43240119751114XXXX
赵昀	女	中国	北京市朝阳区北苑路 86 号一区 7 号楼 12 门 601 号	13010219730329XXXX
李林	男	中国	北京市东城区前永康四巷 1 号	12010419720214XXXX
陈剑虹	女	中国	北京市西城区阜外大街 40 号乙 21 楼 12 号	23010619720826XXXX
吴星	男	中国	乌鲁木齐市沙依巴克区新医路 2 号附 2 号 22 号楼 3 单元 402 号	65010319691128XXXX
周宇桁	男	中国	西安市碑林区友谊西路一二三号西 15 楼 0505 号	61011319780303XXXX
白洁	女	中国	广东省深圳市蛇口爱榕园 8 栋 106	152502750502XXX
陈阳	男	中国	北京市朝阳区金台西路 2 号内民 26 楼 7 门 502 号	11010119570427XXXX
安杨	女	中国	北京市海淀区厂洼街 7 号院 2 楼 5 门 303 号	11010819610627XXXX
谢静	女	中国	广州市番禺区南村镇广地花园聚贤楼一座 501 房	36210119760522XXXX
肖健辉	男	中国	广东省韶关市浚江区东堤中 112 号	44020219790410XXXX
李巨斌	男	中国	辽宁省康平县张强镇官宝窝堡村五组 0036763 号	21122519750922XXXX
矫龙	男	中国	北京市西城区月坛北小街 6 号	21060219771006XXXX
王薇	女	中国	山东省青岛市市南区台湾路 1 号	22020219720902XXXX
李洪达	男	中国	广州市越秀区建设六马路 33 号 503 房	41052619741208XXXX
吴倍稀	男	中国	上海市闵行区沧源路 770 弄 110 号 401 室	31011219750924XXXX
曾鸣	男	中国	北京市海淀区白石桥路 34 号 10 楼 3 门 302 号	11010819780211XXXX
徐艳卫	女	中国	广州市天河区棠东东路 2 号 B 座 704 房	14010319680414XXXX
张小璐	女	中国	南京市鼓楼区古平岗 35 号 5 幢 101 室	32010619751014XXXX
杨梅	女	中国	山西省芮城县城关镇东正街 5 号	14272319771208XXXX
袁雪	女	中国	安徽省芜湖市新芜区延安路园丁二村 12 幢 3-402 号	34020419751208XXXX
许祥和	男	中国	北京市西城区车公庄大街北里 43 楼 1602 号	11010519610628XXXX
李莉	女	中国	山西省阳泉市马家坪南区 5 楼 2 门 7 号	140102700320XXX
张新艳	女	中国	内蒙古临河市临五路农牧巷 13-3#	15280119760524XXXX

姓名	性别	国籍	住址	身份证号码
刘亚红	女	中国	北京市西城区安德路 23 楼 7 门 201 号	42230119690103XXXX
向妮	女	中国	北京市海淀区阳光小区南里 22 楼 3 门 502 号	42060119730506XXXX
孙冰	男	中国	北京市海淀区田村粮库 2 宿舍 5 号内 1 号	11010819640126XXXX
刘正	男	中国	北京市海淀区清华园荷清苑 9 楼 3 门 101 号	11010819810305XXXX
李言生	男	中国	哈尔滨市南岗区巴陵街 99 号	23102719750523XXXX
王勤	男	中国	江西省吉安市吉州区文山路 78 号 2 栋 2 单元 601 房	36240119760909XXXX
张莹	男	中国	天津市塘沽区新港建港里 27 栋 2 门 201 号	12010719770614XXXX

(三) 发行人设立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

根据天职国际会计师事务所有限公司于 2007 年 12 月 31 日出具的审计报告（天职京审字【2007】1402 号），截至 2007 年 11 月 30 日公司拥有的主要资产情况如下：

项 目	金 额（元）
流动资产	101,756,272.75
固定资产	1,221,866.22
资产总计	103,553,858.49
净资产	66,955,518.07

公司系由有限公司整体变更为股份公司，有限公司的资产、负债由变更后的股份公司承继。变更前后公司实际从事的主要业务未发生变化，仍为公共关系服务，其核心业务是为企业品牌管理服务，主要内容为品牌传播、产品推广、危机管理、活动管理、数字媒体营销、企业社会责任等一体化的链条式服务。

(四) 发行人成立前后，主要发起人拥有主要资产和实际从事主要业务

公司系由有限公司整体变更为股份公司，公司发起人为有限公司全体股东即赵文权等 45 位自然人，主要发起人为赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华、高鹏 6 位持股 5% 以上股东。

主要发起人之一赵文权在公司成立前、后除持有公司股权外，未从事其他与公司相同或相似业务。

主要发起人之一孙陶然在公司成立前、后除持有公司股权外，还控制北京拉卡拉电子账单技术服务有限公司；通过股权关系控制 Capitalsino Management Limited、Lakala Limited 两家境外公司；通过股权关系控制拉卡拉（北京）电子支付技术服务有限公司。

（该四家公司情况详见本招股说明书“第五章发行人基本情况之四、发行人实际控制人

及持有发行人 5%以上股份的主要股东情况之（三）实际控制人控制的其他企业情况”相关内容）。

主要发起人之一吴铁在公司成立前、后除持有公司股权外，还控股北京贯能管理技术服务有限公司、北京朗哲基科技有限公司。（该两家公司情况详见本招股说明书“第五章发行人基本情况之四、发行人实际控制人及持有发行人 5%以上股份的主要股东情况之（三）实际控制人控制的其他企业情况”相关内容）。

主要发起人之一许志平在公司成立前除持有公司股权外，还控制上海临度广告有限公司、与陈良华共同控制上海穆郎市场信息咨询有限公司、通过其妻控制上海艺沁市场营销策划有限公司、通过其妻控制上海宁阳市场营销策划有限公司；在公司成立后除持有公司股权外，未从事其他与公司相同或相似业务。（该四家公司情况详见本招股说明书“第七章同业竞争与关联交易之二、关联方与关联交易”相关内容）。

主要发起人之一陈良华在公司成立前除持有公司股权外，还与许志平共同控制上海穆郎市场信息咨询有限公司、通过其妻控制上海艺沁市场营销策划有限公司；在公司成立后除持有公司股权外，未从事其他与公司相同或相似业务。（该两家公司情况详见本招股说明书“第七章同业竞争与关联交易之二、关联方与关联交易”相关内容）。

主要发起人之一高鹏在公司成立前除持有公司股权外，未从事其他与公司相同或相似业务；在公司成立后除持有公司股权外，还控股北京英智永新广告传媒有限责任公司。（该公司情况详见本招股说明书“第五章发行人基本情况”之四、发行人实际控制人及持有发行人 5%以上股份的主要股东情况之（四）持有公司 5%以上股份的股东控制的其他企业”相关内容）。

（五）改制前后发行人业务流程及变化情况

公司系由原有限公司整体变更设立的股份公司，其改制前后的业务流程均未发生变化，公司具体的业务流程和业务模式详见本招股说明书“第六章业务和技术之五、发行人的主营业务之（二）发行人的业务流程及（三）发行人的业务模式”。

（六）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

公司成立后，各主要发起人在经营方面未与公司发生关联关系。

（七）发起人出资资产产权变更手续办理情况

公司由有限公司整体变更设立，变更设立后，公司完整继承了有限公司的全部资产、负债和权益，并依法办理了资产变更登记手续。

（八）发行人的独立性

1、资产独立情况

公司由有限公司依法整体变更设立，有限公司所属全部业务、资产、机构和相关债权、债务均已全部进入公司，并经天职国际会计师事务所有限公司出具天职京验字【2008】9号验资报告。

公司具有独立自主地进行经营活动的权力，拥有完整的法人财产权，包括经营决策权和实施权；拥有必要的人员、资金和经营场所，以及在此基础上按照分工协作和职权划分建立起来的一套完整组织，能够独立支配和使用人、财、物等生产要素，顺利组织和实施生产经营活动，面向市场独立经营。

2、人员独立情况

公司董事、监事、总经理、副总经理及其他高级管理人员均依合法程序选举或聘任，不存在实际控制人超越公司董事会和股东大会做出人事任免决定的情况。

公司总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员均专职在公司（包括公司的控股子公司）工作并领取薪酬，目前并无在股东和实际控制人单位及其下属企业担任除董事、监事外的任何行政职务，亦没有在与公司业务相同或相近的其他企业任职的情况。

公司已建立了独立的人事档案、人事聘用及任免制度以及独立的工资管理制度，并与全体员工签订了劳动合同，由公司人力资源部独立负责公司员工的聘任、考核和奖惩。公司在有关员工的社会保障、工薪报酬等方面均与股东和实际控制人及其控制的其它企业独立。

3、财务独立情况

公司设立后，已按照《企业会计制度》的要求建立了一套独立、完整、规范的财务会计核算体系和财务管理制度，并建立了比较完备的内部控制制度，独立作出财务决策。公司设立了独立的财务部门，配备了专职财务人员；公司在上海浦东发展银行北京电子城支行单独开立账户，拥有独立的银行账号：91200154800000870；公司作为独立的纳

税人，依法独立纳税，税务登记证号码为 110108744727456。公司未为股东、实际控制人及其控制的其它企业提供担保，也不存在资金被股东、实际控制人及其控制的其它企业占用的情形。

4、机构独立情况

公司设有股东大会、董事会、监事会以及公司各级管理部门等机构，独立行使经营管理职权。公司建立了较为完善的组织机构，拥有完整的服务系统及配套部门，各部门已构成一个有机整体。北京市质量技术监督局颁发了中华人民共和国组织机构代码证，代码为 74472745—6，机构类型为企业法人，有效期为 2009 年 4 月 28 日至 2013 年 4 月 27 日。公司与实际控制人及其控制的其它企业间不存在机构混同的情形，自公司设立以来，未发生股东干预公司正常经营活动的事件。

5、业务独立情况

公司主要从事公共关系服务，公司实际控制人及其控制的其它企业目前均未从事相关的业务。公司具有完全独立的业务运作系统，同时主营业务收入和利润完全不依赖于实际控制人及其它关联方的关联交易，具备面向市场独立经营的能力。

二、发行人设立以来的资产重组情况

公司自成立以来，未发生重大资产重组行为。

2008 年初，公司整体变更完成后，为了优化治理结构、提高资产质量、增强持续发展能力，公司进行了组织构架调整和收购“欣风翼”品牌，发生过如下股权收购：

（一）收购上海蓝标、广州蓝标、蓝标信息股权

2008 年 2 月，股份公司 2008 年第二次临时股东大会决议通过，公司收购了上海蓝标、广州蓝标、蓝标信息 3 家公司的全部股权，具体收购过程详见“本章节七、发行人设立以来组织构架调整情况”。该三家公司的经营范围、报表合并日以及对收购完成当期（2008 年）的主要财务数据影响如下表（单位：元）：

公司名称	经营范围及主营业务	报表合并日	资产总额	营业收入	利润总额
上海蓝标	经营范围为市场信息咨询与调查，市场营销策划，企业形象策划，企业管理咨询，会务服务（涉及行政许可的，凭许可证经营）。	2008 年 3 月 1 日	4,890,434.09	11,212,695.92	873,236.70

	主营业务为公共关系服务。				
广州 蓝标	经营范围为市场调研，企业形象策划，公关策划，信息咨询服务。 主营业务为公共关系服务。	2008年 4月1日	18,540,164.69	38,582,923.11	14,105,060.06
蓝标 信息	经营范围为计算机软件的研究、开发；市场信息咨询；市场调研；文化交流活动策划；企业形象策划。 主营业务为公共关系服务。	2008年 4月1日	-	46,124.72	-589,631.05
合计（1）			23,430,598.78	49,841,743.75	14,388,665.71
公司（2）			251,991,005.35	327,303,990.43	59,487,061.71
所占比例（1）/（2）			9.30%	15.23%	24.19%

从上表可以看出，上述收购对公司收购当年各项财务数据影响很小，不属于重大重组事项。

（二）收购“欣风翼”品牌51%股权

经2008年2月股份公司2008年第二次临时股东大会决议通过，2008年4月公司收购“欣风翼”品牌——北京博思瀚扬企业策划有限公司51%股权的收购，具体收购过程详见“本章节七、发行人设立以来组织架构调整情况”。该公司经营范围为企业形象策划；技术开发、服务；通讯及计算机技术培训；信息咨询（不包含中介服务）；劳务服务；承办展览展示活动；市场调查；计算机软件开发。该公司收购完成后，报表合并日为2008年5月1日，对公司2008年的财务数据影响如下表（单位：元）：

项 目	资产总额	营业收入	利润总额
博思瀚扬（1）	9,348,409.87	13,561,610.66	2,671,259.04
公司（2）	251,991,005.35	327,303,990.43	59,487,061.71
所占比例（1）/（2）	3.71%	4.14%	4.49%

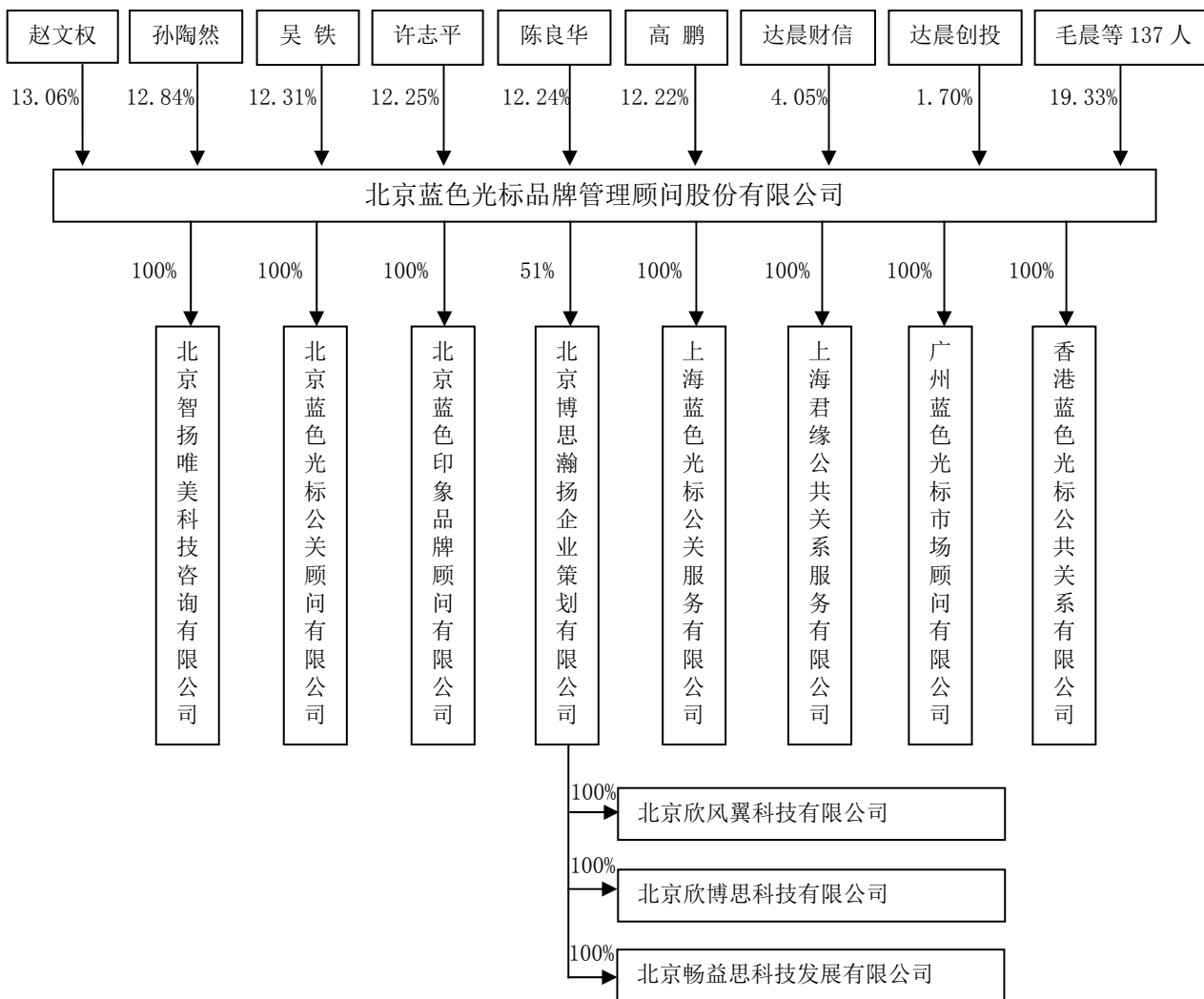
从上表可以看出，该收购对公司收购当年各项财务数据影响很小，不属于重大重组事项。

（三）收购公司控股子公司少数股东权益

经2008年1月17日股份公司2008年第一次临时股东大会决议通过，公司进行了控股子公司蓝标时间、蓝标动力、蓝标印象、智扬唯美的少数股东权益的收购，具体收购过程情况详见“本章节七、发行人设立以来组织架构调整情况”，并于2008年2月完成了股权工商变更登记。公司收购控股子公司少数股东权益涉及的4家公司在报告期一

直纳入财务报表合并范围，因此资产总额、营业收入、利润总额这三个指标中已经包括被收购少数股东权益享有的部分，该项收购对公司合并报表中的资产总额、营业收入、利润总额三项指标无影响。

三、发行人股权结构图



四、发行人实际控制人及持有发行人 5% 以上股份的主要股东情况

(一) 实际控制人情况

公司股东赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华合计持有公司 37,612,865 股股份，占公司本次发行前总股本的 62.69%，根据 2008 年 12 月 31 日五人签署的《关于共同控制北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司并保持一致行动的协议书》，上述五人为发行人的共同控制人，共同构成发行人的实际控制人。

根据《一致行动人协议》约定：五人将在蓝色光标下列事项上继续采取一致行动，作出相同的意思表示，无论五人中任何一方或多方是否直接持有蓝色光标的股份：

- (1) 行使董事会、股东大会的表决权；
- (2) 向董事会、股东大会行使提案权；
- (3) 行使董事、监事候选人提名权；
- (4) 保证所推荐的董事人选在蓝色光标的董事会行使表决权时，采取相同的意思表示。

五人自蓝色光标发行上市之日起三年（即限售期）内不得退出一致行动及解除本协议，也不得辞去董事、监事或高级管理人员职务。自限售期满起三年内，五人如在蓝色光标担任董事、监事、高级管理人员职务的，不得退出一致行动。五人如提出辞去蓝色光标董事、监事、高级管理人员职务，在确认其辞职对蓝色光标无重大影响的前提下，由董事会决议通过后（在董事、高级管理人员提出辞职的情形下），或由监事会决议通过后（在监事提出辞职的情形下）方可辞去。在此之后，在蓝色光标运营一个会计年度后且年报显示其辞职对于蓝色光标的稳定经营无重大影响，方可退出一致行动。五人中担任蓝色光标董事长的一方不得退出一致行动及解除本协议，直至本协议自动失效（五人中的四人以上退出一致行动协议自动失效）。在不违反国家法律法规的情形下，《一致行动人协议》长期有效。

根据五人于2010年1月6日签署的《〈关于共同控制北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司并保持一致行动的协议书〉之补充协议》，约定：如任何一方违反《一致行动协议》的约定，擅自退出一致行动，应缴纳1000万元的违约金，五方中的其他任一守约方，均有权要求违约方自退出一致行动发生之日起30日内缴纳前述违约金。前述违约金应全部上缴公司；如出现一方擅自退出一致行动的情形，且未按前述第一项的约定缴纳违约金，则公司及公司的其他实际控制人均有权采取包括但不限于申请冻结本人所持公司股份等法律手段进行追缴，并按照每日千分之一的标准收取违约金，该违约金亦应全部上缴公司。

同时，为了保持公司股权结构的稳定，五人出具了《关于所持股份自愿锁定的承诺》。（详见本章八、发行人股本情况之（八）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺）

根据《发行人及相关人员关于蓝标体系创立以来的专项说明》：2008年5月26日五人曾与高鹏签署《关于共同控制北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司并保持一致行

动的协议书》，确认“自2004年10月以来，赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华和高鹏六方通过在公司股东（大）会、董事会上采取相同意思表示的方式，实施一致行动。前述六方同意在该协议签定后继续通过在发行人的股东大会、董事会上采取相同意思表示的方式，实施一致行动。”2008年12月，高鹏出于个人发展考虑，请求退出公司董事会，退出六人的一致行动人协议，经过六人友好协商，赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华同意高鹏退出，之前签署的一致行动协议于2008年12月31日解除。

赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华一致认为：赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华五人一致行动，共同控制北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司经营管理，为公司的共同控制人，并且在可预测的将来仍将保持一致行动，保持公司控股权稳定。

高鹏认为：本人退出一致行动协议不会对公司的控制权和经营管理产生任何影响，蓝色光标仍将在赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华的共同控制下，按照目前的业务模式继续保持高速发展。

发行人律师认为：赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华为发行人的共同控制人，共同构成发行人的实际控制人。发行人的控制权最近两年内没有发生变更，发行人的实际控制人最近两年内未发生变化。

保荐人认为：赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华自蓝色光标品牌创立起至今，共同控制北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司的经营管理，公司的实际控制权一直属于五人，公司在五人的共同控制下得到良好发展。公司实际控制人未发生变化。

（二）持有发行人5%以上股份的主要股东情况

1、自然人股东

赵文权持有发行人13.06%股权，目前在公司担任董事长、总经理职务。简历详见本招股说明书“第八章董事、监事、高级管理人员与核心业务人员之一、董事、监事、高级管理人员与核心业务人员情况（一）董事会成员”。

孙陶然持有发行人12.84%股权，目前在公司担任董事职务。简历详见本招股说明书“第八章董事、监事、高级管理人员与核心业务人员之一、董事、监事、高级管理人员与核心业务人员情况（一）董事会成员”。

吴铁持有发行人12.31%股权，目前在公司担任董事职务。简历详见本招股说明书“第八章董事、监事、高级管理人员与核心业务人员之一、董事、监事、高级管理人员与核心业务人员情况（一）董事会成员”。

许志平持有发行人 12.25% 股权，目前在公司担任董事、副总经理职务。简历详见本招股说明书“第八章董事、监事、高级管理人员与核心业务人员之一、董事、监事、高级管理人员与核心业务人员情况（一）董事会成员”。

陈良华持有发行人 12.24% 股权，目前在公司担任董事、智扬公关顾问机构首席顾问职务。简历详见本招股说明书“第八章董事、监事、高级管理人员与核心业务人员之一、董事、监事、高级管理人员与核心业务人员情况（一）董事会成员”。

高鹏持有发行人 12.22% 股权，目前未在公司担任董事、监事、高级管理人员等职务，简历如下：

高鹏先生，1964 年生，大学本科学历，历任长城计算机集团公司副总经理、海信计算机公司市场总监，中国国际公共关系协会公关公司委员会 2005 年年度主任，现任中国国际公共关系协会理事、中国国际公共关系协会学术委员会委员。1999 年至 2002 年担任蓝色光标公共关系机构总经理，2002 年起担任有限公司董事、经理，2003 年至 2008 年担任智扬公关顾问机构总经理，2008 年 1 月至 2008 年 12 月担任股份公司董事兼副总经理。

2、法人股东

达晨创投与达晨财信为同一实际控制人控制下的公司，达晨创投与达晨财信合计持有发行人 5.75% 股份，基本情况如下：

（1）深圳市达晨创业投资有限公司

公司名称：深圳市达晨创业投资有限公司

注册资本：人民币 10,000 万元

实收资本：人民币 10,000 万元

法定代表人：刘昼

成立日期：2000 年 4 月 19 日

营业执照注册号：440301103587144

住 所：深圳市福田区深南大道特区报业大厦 23 楼 D 座

经营范围：直接投资高新技术产业和其他技术创新产业；受托管理和经营其他创业投资公司的创业资本；投资咨询；直接投资或参与企业孵化器的建设。

股权结构如下表：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
------	---------	---------

深圳市荣涵投资有限公司	7,500	75
湖南明谦投资发展有限公司	2,500	25
合计	10,000	100

最近一年及一期的主要财务数据如下：

(单位：元)

项 目	2008年12月31日	2009年6月30日
资产总额	249,755,309.74	295,690,578.25
负债总额	107,825,066.46	156,067,933.89
所有者权益	141,930,243.28	139,622,644.36
净利润	12,459,024.99	941,645.91

上述财务数据未经审计。

(2) 深圳市达晨财信创业投资管理有限公司

公司名称：深圳市达晨财信创业投资管理有限公司

注册资本：人民币 1,000 万元

实收资本：人民币 1,000 万元

法定代表人：刘昼

成立日期：2006 年 2 月 5 日

营业执照注册号：440301103110544

住 所：深圳市福田区深南大道特区报业大厦 23 楼 D 座

经营范围：创业投资管理，管理咨询，资产受托管理。

股权结构如下表：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
达晨创投	400	40
周江军	200	20
文啸龙	150	15
湖南财信创业投资有限公司	100	10
熊人杰	45	4.5
刘昼	40	4
肖冰	35	3.5
胡德华	15	1.5
傅哲宽	7.5	0.75
梁国智	7.5	0.75

合计	1,000	100
----	-------	-----

最近一年及一期的主要财务数据如下：

(单位：元)

项 目	2008年12月31日	2009年6月30日
资产总额	28,489,177.05	20,830,994.32
负债总额	15,577,403.05	4,062,328.02
所有者权益	12,911,774.00	16,768,666.30
净利润	4,306,353.24	3,856,992.30

上述财务数据未经审计。

(三) 实际控制人控制的其他企业情况

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：

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
许志平	无	无	无
陈良华	无	无	无
吴铁	北京贯能管理技术服务有限公司	吴铁持股 70.1%，其妻子华浪珊持股 10%	董事长
	北京朗哲基科技有限公司	吴铁持股 35%，其妻子华浪珊持股 65%	监事
孙陶然	北京拉卡拉电子账单技术服务有限公司	持股 43.72%	董事长
	拉卡拉（北京）电子支付技术服务有限公司	孙陶然持有 Capitalsino 55.67% 的股权；Capitalsino 与其他 15 家境内外公司及个人共同持有 Lakala 的 100% 的股权，其中，Capitalsino 持有 Lakala 的 23.13% 股权，为 Lakala 的第一大股东；孙陶然通过持有 Capitalsino 及 Lakala 的股权控制拉卡拉北京。	董事长
	Capitalsino Management Limited		董事长
	Lakala Limited		董事长

公司实际控制人在非对外投资公司中担任职务情况如下：

姓名	公司名称	职务
孙陶然	Yongye International Inc.	副董事长

赵文权、许志平、陈良华除持有公司股权外，无其他对外投资，未在任何其他法人主体任职及拥有权益。

吴铁除持有公司股权外，还控制北京贯能管理技术服务有限公司、北京朗哲基科技有限公司，并在该两家公司中分别担任董事长、监事职务。

孙陶然除持有公司股权外，还投资并控制北京拉卡拉电子账单技术服务有限公司；

通过股权关系控制拉卡拉（北京）电子支付技术服务有限公司；通过股权关系控制 Capitalsino Management Limited 和 Lakala Limited 两家境外公司，并在该四家公司均担任董事长职务。此外，孙陶然还在 Yongye International Inc. 公司担任副董事长职务。

孙陶然和吴铁作为公司董事，能够严格遵守法律、法规和公司章程对董事的约束，客观、公正、独立的参加公司董事会会议，积极参与议案的讨论，忠实、勤勉地履行董事职责，维护公司和其他股东的合法权益；未利用其董事和共同控制人身份，影响公司经营独立性。因此，孙陶然和吴铁在公司以外的其他法人主体拥有权益及担任职务未对公司构成不利影响。

吴铁、孙陶然投资的公司基本情况如下：

1、北京贯能管理技术服务有限公司

公司名称：北京贯能管理技术服务有限公司

注册资本：人民币 374.5 万元

实收资本：人民币 374.5 万元

法定代表人：吴铁

成立日期：2001 年 7 月 20 日

营业执照注册号：110108003120423

住 所：北京市海淀区西三环北路 21 号 1 号楼 606 室

经营范围：法律、行政法规、国务院决定禁止的，不得经营；法律、行政法规、国务院决定规定应经许可的，经审批机关批准并经工商行政管理机关登记注册后方可经营；法律、行政法规、国务院决定未规定许可的，自主选择经营项目开展经营活动。

主营业务为计算机技术应用服务。

北京贯能股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
吴铁	262.55	70.10
北京用友软件股份有限公司	74.50	19.90
华浪珊	37.45	10.00
合计	374.50	100.00

最近一年及一期的主要财务数据如下：

（单位：元）

项 目	2008年12月31日	2009年6月30日
资产总额	4,725,708.82	4,557,259.96
负债总额	196,185.00	196,185.00
所有者权益	4,529,523.82	4,361,074.96
净利润	-382,997.17	-168,448.86

上述财务数据未经审计。

北京贯能为发行人共同控制人之一吴铁控制的公司，该公司的主营业务与股份公司不存在任何同业竞争及关联业务关系。

2、北京朗哲基科技有限公司

公司名称：北京朗哲基科技有限公司

注册资本：人民币 50 万元

实收资本：人民币 50 万元

法定代表人：华浪珊

成立日期：2003 年 6 月 11 日

营业执照注册号：110108005756313

住 所：北京市海淀区中关村北二条七号博思园客座公寓 123 室

经营范围：勘探技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；计算机软件开发。

主营业务为计算机人员技术培训。

北京朗哲基股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
华浪珊	32.50	65
吴铁	17.50	35
合计	50.00	100

最近一年及一期的主要财务数据如下：

（单位：元）

项 目	2008年12月31日	2009年6月30日
资产总额	252,827.69	104,228.61
负债总额	276,298.70	297,482.45
所有者权益	-23,471.01	-193,253.84
净利润	-33,295.44	-168,782.83

上述财务数据未经审计。

北京朗哲基为发行人共同控制人之一吴铁控制的公司，该公司的主营业务与股份公

司不存在任何同业竞争及关联业务关系。

3、北京拉卡拉电子账单技术服务有限公司

公司名称：北京拉卡拉电子账单技术服务有限公司

注册资本：人民币 100 万元

实收资本：人民币 100 万元

法定代表人：孙陶然

成立日期：2005 年 1 月 6 日

营业执照注册号：110108007886353

住 所：北京市海淀区紫竹院路 116 号嘉豪国际中心 D 座 805 号

经营范围：代理、发布广告；法律、行政法规、国务院决定禁止的，不得经营；法律、行政法规、国务院决定规定应经许可的，经审批机关批准并经工商行政管理机关登记注册后方可经营；法律、行政法规、国务院决定未规定许可的，自主选择经营项目开展经营活动。

主营业务为电子支付技术的开发和应用。

北京拉卡拉股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
孙陶然	43.72	43.72
邓保军	30.00	30.00
北京君联创业投资中心	12.00	12.00
雷军	6.00	6.00
戴启军	5.40	5.40
钱实穆	2.88	2.88
合计	100.00	100.00

最近一年及一期的主要财务数据如下：

（单位：元）

项 目	2008 年 12 月 31 日	2009 年 6 月 30 日
资产总额	21,112,003.40	26,602,130.80
负债总额	25,746,426.36	32,917,343.93
所有者权益	-4,634,422.90	-6,315,213.13
净利润	-75,098.70	-1,680,790.17

上述财务数据未经审计。

北京拉卡拉为发行人共同控制人之一孙陶然控制的公司，该公司的主营业务与股份公司不存在任何同业竞争及关联业务关系。

4、拉卡拉（北京）电子支付技术服务有限公司、Capitalsino Management Limited、Lakala Limited

公司名称：拉卡拉（北京）电子支付技术服务有限公司

注册资本：2200 万美元

实收资本：1700 万美元

法定代表人：孙陶然

成立日期：2007 年 3 月 2 日

营业执照注册号：110000450001629

住 所：北京市海淀区紫竹院路 116 号嘉豪国际中心 D 座 802 号

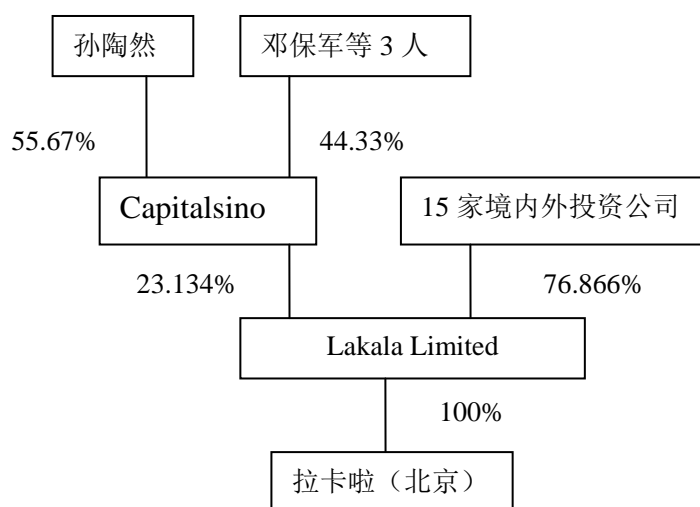
经营范围：研究、开发电子支付技术、信息技术；系统集成；技术服务、技术咨询、技术转让；计算机技术培训。

主营业务为电子支付技术的开发和应用。

Capitalsino Management Limited、Lakala Limited 为发行人共同控制人之一孙陶然通过股权关系控制的境外公司。

拉卡拉（北京）为 Lakala Limited 境内全资子公司，即孙陶然通过股权关系控制拉卡拉（北京）。

截至 2009 年 6 月 30 日拉卡拉（北京）股权结构如下：



拉卡拉（北京）最近一年及一期的主要财务数据如下：

（单位：元）

项 目	2008 年 12 月 31 日	2009 年 6 月 30 日
资产总额	83,924,736.75	101,914,341.33
负债总额	922,627.60	256,125.84
所有者权益	83,002,109.15	101,658,215.49
净利润	-20,634,155.92	-15,486,393.66

上述财务数据未经审计。

拉卡拉（北京）为孙陶然通过股权关系控制的公司，该公司的主营业务与股份公司不存在任何同业竞争及关联业务关系。

（四）持有公司 5%以上股份的股东控制的其他企业

公司名称：北京英智永新广告传媒有限责任公司

注册资本：人民币 10 万元

实收资本：人民币 10 万元

法定代表人：高鹏

成立日期：2009 年 2 月 16 日

营业执照注册号：110116011636633

住 所：北京市怀柔区杨宋镇凤翔东大街 9 号 9001 室

经营范围：设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动（不含演出）；承办展览展示；企业形象策划；会议服务；电脑图文设计、制作；信息咨询（不含中介服务）。

主营业务为广告。

最近一年及一期的主要财务数据如下：

（单位：元）

项 目	2008 年 12 月 31 日	2009 年 6 月 30 日
资产总额	-	108,098.34
负债总额	-	53,326.60
所有者权益	-	54,771.74
净利润	-	-45,228.26

上述财务数据未经审计。

该公司为高鹏全资公司，该公司的业务与股份公司不存在任何同业竞争及关联业务关系。

（五）实际控制人直接或间接持有发行人股份是否存在质押或其他有争议的情况

公司实际控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华声明，其所直接或间接持有的公司股权不存在任何质押或其他有争议的情况。

五、发行人控股子公司、参股子公司简要情况

（一）广州蓝色光标市场顾问有限公司

公司名称：广州蓝色光标市场顾问有限公司

注册资本：人民币 100 万元

实收资本：人民币 100 万元

法定代表人：毛晨

成立日期：2001 年 5 月 15 日

营业执照注册号：4401061102099

住 所：广州市越秀区中山三路 33 号 B4301-B4308 房

经营范围：企业形象策划；市场营销策划；公共关系服务；会议服务；市场调研；设计、制作、代理、发布 广告。

该公司为发行人全资子公司。经天职国际会计师事务所有限公司审计，该公司最近一年及一期的主要财务数据如下：

（单位：元）

项 目	2008 年 12 月 31 日	2009 年 6 月 30 日
资产总额	18,540,164.69	21,790,318.87
负债总额	13,378,546.58	8,890,234.67
所有者权益	5,161,618.11	12,900,084.20
净利润	10,198,022.29	7,038,466.09

（二）上海蓝色光标公关服务有限公司

公司名称：上海蓝色光标公关服务有限公司

注册资本：人民币 110 万元

实收资本：人民币 110 万元

法定代表人：马犁

成立日期：2004 年 5 月 18 日

营业执照注册号：310114000963659

住 所：上海市嘉定区嘉戩公路 688 号 A1-82

经营范围：市场信息咨询与调查，市场营销策划，企业形象策划，企业管理咨询，会务服务（涉及行政许可的，凭许可证经营）

该公司为发行人全资子公司。经天职国际会计师事务所有限公司审计，该公司最近一年及一期的主要财务数据如下：

（单位：元）

项 目	2008 年 12 月 31 日	2009 年 6 月 30 日
资产总额	4,890,434.09	2,782,417.64
负债总额	3,386,254.26	1,550,348.78
所有者权益	1,504,179.83	1,232,068.86
净利润	697,222.76	-272,110.97

（三）北京智扬唯美科技咨询有限公司

公司名称：北京智扬唯美科技咨询有限公司

注册资本：人民币 50 万元

实收资本：人民币 50 万元

法定代表人：许志平

成立日期：2005 年 3 月 3 日

营业执照注册号：110108008002807

住 所：北京市朝阳区酒仙桥路甲 10 号 3 号楼 20 层 20B 室

经营范围：法律、行政法规、国务院决定禁止的，不得经营；法律、行政法规、国务院决定规定应经许可的，经审批机关批准并经工商行政管理机关登记注册后方可经营；法律、行政法规、国务院决定未规定许可，自主选择经营项目开展经营活动。

该公司为发行人全资子公司。经天职国际会计师事务所有限公司审计，该公司最近一年及一期的主要财务数据如下：

（单位：元）

项 目	2008 年 12 月 31 日	2009 年 6 月 30 日
资产总额	16,428,587.93	15,477,758.97
负债总额	3,869,951.35	1,582,104.70
所有者权益	12,558,636.58	13,895,654.27
净利润	2,832,853.03	1,337,017.69

(四) 北京蓝色光标公关顾问有限公司

公司名称：北京蓝色光标公关顾问有限公司

注册资本：人民币 100 万元

实收资本：人民币 100 万元

法定代表人：赵文权

成立日期：2006 年 12 月 12 日

营业执照注册号：110105002076993

住 所：北京市朝阳区酒仙桥路甲 10 号 3 号楼 19 层 19B 室

经营范围：经济贸易咨询；企业形象策划；营销策划；会议服务；设计、制作、代理、发布广告。

该公司为发行人全资子公司。经天职国际会计师事务所有限公司审计，该公司最近一年及一期的主要财务数据如下：

(单位：元)

项 目	2008 年 12 月 31 日	2009 年 6 月 30 日
资产总额	4,531,171.46	5,440,358.22
负债总额	594,597.36	651,519.84
所有者权益	3,936,574.10	4,788,838.38
净利润	619,536.78	852,264.28

(五) 北京博思瀚扬企业策划有限公司

公司名称：北京博思瀚扬企业策划有限公司

注册资本：人民币 170 万元

实收资本：人民币 170 万元

法定代表人：郑佳

成立日期：2008 年 3 月 26 日

营业执照注册号：110109010900835

住 所：北京市门头沟区石龙工业区龙园路 7 号 A236 号

经营范围：企业形象策划；技术开发、服务；通讯及计算机技术培训；信息咨询（不包含中介服务）；劳务服务；承办展览展示活动；市场调查；计算机软件开发。

该公司为发行人控股子公司，目前博思瀚扬股权结构为：

股 东	出资额（万元）	持股比例（%）
-----	---------	---------

股份公司	86.70	51.00
风翼畅合	83.30	49.00
合计	170.00	100.00

博思瀚扬的股权演变过程详见本章七、发行人设立以来组织架构调整情况之（四）对“欣风翼”品牌的收购。

经天职国际会计师事务所有限公司审计，该公司最近一年及一期的主要财务数据如下：

（单位：元）

项 目	2008年12月31日	2009年6月30日
资产总额	9,348,409.87	11,218,577.09
负债总额	3,318,787.83	3,523,551.84
所有者权益	6,029,622.04	7,695,025.25
净利润	2,155,242.83	1,665,403.21

（六）北京蓝色印象品牌顾问有限公司

公司名称：北京蓝色印象品牌顾问有限公司

注册资本：人民币 50 万元

实收资本：人民币 50 万元

法定代表人：许志平

成立日期：2008 年 8 月 19 日

营业执照注册号：110105011277216

住 所：北京市朝阳区酒仙桥路甲 10 号 3 号楼 19 层 19A

经营范围：经济贸易咨询；企业形象策划；公关关系服务；会议服务；设计、制作、代理、发布广告。

该公司为发行人全资子公司。经天职国际会计师事务所有限公司审计，该公司最近一年及一期的主要财务数据如下：

（单位：元）

项 目	2008年12月31日	2009年6月30日
资产总额	2,008,788.54	8,298,456.57
负债总额	689,597.71	4,530,937.41
所有者权益	1,319,190.83	3,767,519.16
净利润	819,190.83	2,448,328.33

(七) 上海君缘公共关系服务有限公司

公司名称：上海君缘公共关系服务有限公司

注册资本：人民币 50 万元

实收资本：人民币 50 万元

法定代表人：马犁

成立日期：2008 年 11 月 24 日

营业执照注册号：310114001914943

住 所：上海市嘉定区马陆镇丰登路 615 弄 2 号 3058 室

经营范围：公共关系策划；企业营销咨询；会展会务服务；企业形象策划；设计、制作、代理各类广告。

该公司为发行人全资子公司。经天职国际会计师事务所有限公司审计，该公司最近一年及一期的主要财务数据如下：

(单位：元)

项 目	2008 年 12 月 31 日	2009 年 6 月 30 日
资产总额	496,845.04	493,083.05
负债总额	0.00	0.00
所有者权益	496,845.04	493,083.05
净利润	-3,154.96	-3,761.99

(八) 香港蓝色光标公共关系有限公司

公司名称：香港蓝色光标公共关系有限公司

英文名称：Hong Kong Bluefocus PR Consulting Limited

注册资本：港币 10 万元

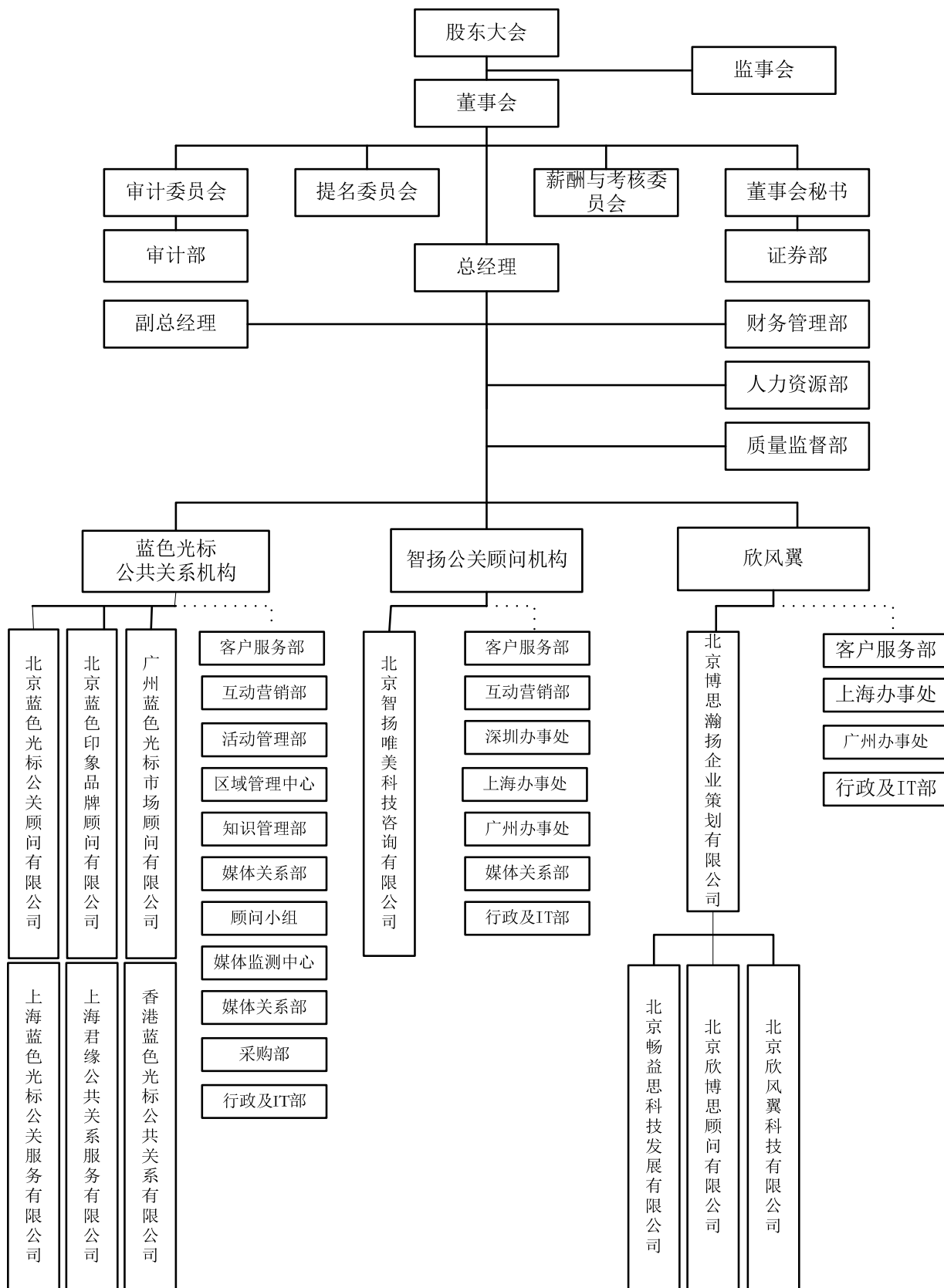
成立日期：2009 年 3 月 13 日

住 所：香港湾仔庄士敦道 181 号大有大厦 1001 室

经营范围：一般贸易

该公司为发行人全资子公司，目前尚未正式运营。2009 年 6 月 30 日，该公司总资产为 4,407.68 元，负债总额为 4,407.68 元，所有者权益为 0，净利润为 0。

六、发行人组织架构情况



各部门职责描述：

- 客户服务部：负责为客户提供专业的公共关系服务。
- 互动营销部：运用互联网平台，以互联网为核心的互动营销业务的研究和相关产品或工具的开发，包括互动创意、互动业务资源整合和供应商管理等。
- 活动管理部：负责为客户提供大型公关和市场活动的策划和执行服务。
- 区域管理中心：负责除上海、广州、深圳之外的公司所有外地业务网点的日常管理和业务协调。
- 知识管理部：负责搜集、整理公司案例和各种知识及经验，并形成公司的知识分享体系，建立、维护和管理知识分享系统，对内、对外提供业务培训等知识供给。
- 媒体关系部：负责公司整体媒体体系和资源的管理、媒体研究、新媒体开拓等。
- 顾问小组：顾问小组由各领域若干资深专业人士组成，通过客户服务部门为客户提供大众传播、媒体关系、政府关系、危机管理等方面的高端咨询服务。
- 媒体监测中心：负责对平面媒体和互联网实施即时信息监测，监测客户的信息发布状况，以及客户竞争对手信息和行业相关信息等。
- 采购管理部：负责对公司各类供应商进行资质认证和统一管理，保证公司各部门选用优质优价的供应商。
- 行政及 IT 服务部：为员工提供符合公司发展和文化要求的、现代化便捷的工作环境及行政支持服务。
- 财务管理部：对企业经济活动进行核算、监督、预算、决算、控制和分析。
- 人力资源部：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。
- 质量监督部：负责公司公关业务的质量监管，控制所有提交客户的方案、报价、合同，通过管理系统软件对项目主要指标进行质量控制测试，以控制每项业务的服务水准。
- 审计部：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。
- 证券部：负责证券市场信息、政策法规的收集与整理工作，对资本市场进行深入研究分析；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

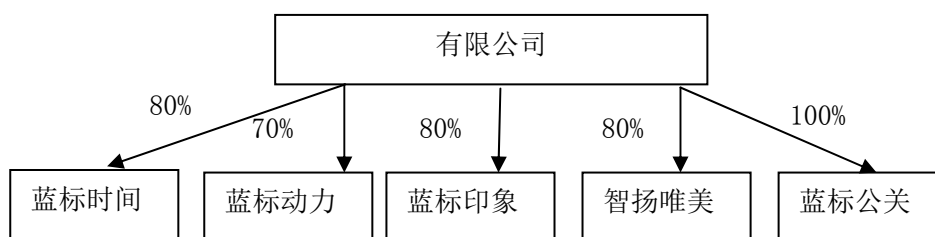
工作；股票发行上市后，协助董事会秘书进行信息披露、投资者关系管理等工作。

七、发行人设立以来组织架构调整情况

（一）公司对蓝标体系内既有架构调整的过程简介

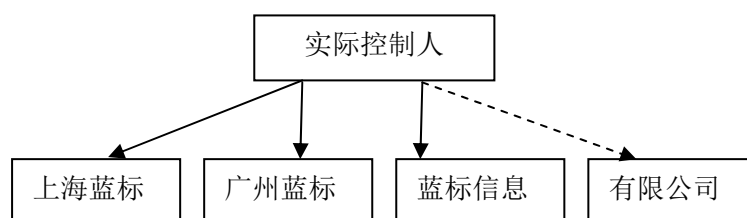
1、公司整体变更前的业务架构情况

（1）公司整体变更前的业务架构如下：



在公司整体变更前，公司大部分业务在控股子公司开展，其中，蓝色光标品牌业务主要集中在蓝标时间、蓝标动力、蓝标印象、蓝标公关；智扬公关品牌业务全部在智扬唯美开展。

（2）公司整体变更时存在实际控制人（即一致行动人）控制的其他企业与公司从事同类业务的情况，其架构如下：



注：实际控制人通过代持方式完全控制上海蓝标、广州蓝标、蓝标信息。

（3）因旧《公司法》对一人有限公司设立的限制以及基于公司设立便捷性考虑，蓝标时间、蓝标动力、蓝标印象、智扬唯美、上海蓝标、广州蓝标、蓝标信息均存在股权代持情况，蓝标公关设立于2006年12月12日，适用于新《公司法》，因此为公司全资子公司。

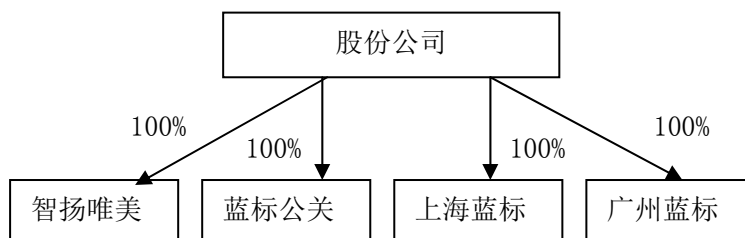
2、公司整体变更后的业务架构调整情况

公司整体变更后，为了理顺业务关系，清晰组织架构，股份公司作为拟上市主体，整合了蓝色光标品牌、智扬公关品牌体系下的公司，并对公司控股子公司和实际控制人

控制的其他公司存在的股份代持情况进行了清理，终止代持行为。公司将整体变更前存续的控股子公司和实际控制人控制的其他公司注销关闭或者整合成为股份公司的全资子公司。具体过程如下：

(1) 公司收购代持股份，一方面终止代持行为，另一方面消除同业竞争和关联交易情况，将蓝标时间、蓝标动力、蓝标印象、智扬唯美、上海蓝标、广州蓝标、蓝标信息全部收为公司全资子公司，具体情况详见“本节（二）公司对4家控股子公司的整合调整”、“（三）公司对上海蓝标、广州蓝标、蓝标信息的整合调整”。

(2) 整合蓝色光标品牌、智扬公关品牌体系下公司，将蓝色光标品牌业务集中到股份公司和全资子公司蓝标公关、广州蓝标和上海蓝标，智扬公关品牌仍集中在智扬唯美，注销蓝标时间、蓝标动力、蓝标印象、蓝标信息4家公司，注销后公司的业务架构如下：



蓝标时间、蓝标动力、蓝标印象、蓝标信息4家公司注销具体情况详见“本节（二）公司对4家控股子公司的整合调整”、“（三）公司对上海蓝标、广州蓝标、蓝标信息的整合调整”。

（二）公司对4家控股子公司的整合调整

2008年1月17日，经股份公司2008年第一次临时股东大会决议通过，公司收购智扬唯美、蓝标动力、蓝标时间、蓝标印象4家子公司中自然人所持有的股权。该4家公司中的自然人持股，实为历史上代公司持股，根据其与公司签定的《代持股协议书》，约定其代为持股的股东权利全部属于公司¹。收购标的情况如下：

收购标的名称	设立时间	注册资本	收购前股权情况		收购过程	收购后股权情况		目前状态
			股东	股权比例		股东	股权比例	
智扬唯美	2005年3月	50万元	公司	80%	许志平 → 股份公司 转让价格10万元	公司	100%	全资子公司
			许志平	20%				

¹公司历史上存在代持情况的详细说明详见本次申请文件4-6“发行人股东及相关人员关于蓝色光标创立以来有关情况的专项说明之二、关于蓝标体系形成过程中所涉及股权代持情况的说明”相关内容。

蓝标动力	2003年 6月	50万元	公司	70%	许志平 → 股份公司 转让价格 15 万元	公司	100%	2009年5月 注销关闭
			许志平	30%				
蓝标时间	2005年 6月	50万元	公司	80%	陈良华 → 股份公司 转让价格 10 万元	公司	100%	2009年5月 注销关闭
			陈良华	20%				
蓝标印象	2004年 12月	50万元	公司	80%	赵文权 → 股份公司 转让价格 10 万元	公司	100%	2008年11 月注销关闭
			赵文权	20%				

对上述公司的整合，收购对价支付原则为股东出资额。

智扬唯美、蓝标动力、蓝标时间、蓝标印象四家公司的主要情况如下：

1、智扬唯美

智扬唯美于 2005 年 3 月 3 日设立，设立时注册资本 50 万元，由有限公司出资 40 万元，由许志平代有限公司持有出资 10 万元。

该公司经营范围：法律、行政法规、国务院决定禁止的，不得经营；法律、行政法规、国务院决定规定应经许可的，经审批机关批准并经工商行政管理机关登记注册后方可经营；法律、行政法规、国务院决定未规定许可，自主选择经营项目开展经营活动。该公司主营业务为公共关系服务。

股份公司收购该公司少数股东权益前，董事为高鹏（董事长）、许志平、孙陶然，监事为陈良华，经理为高鹏。

截至 2007 年 12 月 31 日，智扬唯美经审计资产总额为 20,034,766.92 元，净资产为 9,725,783.55 元，净利润为 2,963,015.98 元。

2008 年 1 月股份公司对智扬唯美进行少数股东权益收购，此次收购未经评估，收购对价支付原则为股东出资额。此次收购完成后，智扬唯美成为股份公司全资子公司，并于 2008 年 2 月完成了股权工商变更登记。

2、蓝标动力

蓝标动力于 2003 年 6 月 6 日设立，设立时注册资本 50 万元，由北京蓝色印象科技咨询服务有限公司¹出资 35 万元，由谢骏代北京蓝色印象科技咨询服务有限公司持有出资 15 万元。2005 年 4 月 8 日，北京蓝色印象科技咨询服务有限公司将所持股权转让给有限公司，谢骏将所代持股权转让给许志平（许志平为代有限公司持股）。

¹ 该公司为蓝色光标体系内早期公司，详细情况见申报材料 4-6 发行人股东及相关人员关于蓝色光标创立以来有关情况的专项说明中相关内容。

该公司经营范围：法律、行政法规、国务院决定禁止的，不得经营；法律、行政法规、国务院决定规定应经许可的，经审批机关批准并经工商行政管理机关登记注册后方可经营；法律、行政法规、国务院决定未规定许可的，自主选择经营项目开展经营活动。该公司主营业务为公共关系服务。

股份公司收购该公司少数股东权益前，董事为高鹏（董事长）、赵文权、许志平，监事为陈良华，经理为高鹏。

截至 2007 年 12 月 31 日，蓝标动力经审计总资产为 44,828,947.92 元，净资产为 15,958,899.79 元，净利润为-6,295,340.70 元。

2008 年 1 月股份公司对蓝标动力进行少数股东权益收购，此次收购未经评估，收购对价支付原则为股东出资额。此次收购完成后，蓝标动力成为股份公司全资子公司，并于 2008 年 2 月完成了股权工商变更登记。2008 年 8 月 7 日，股份公司第一届第七次董事会决议通过注销蓝标动力，2009 年 5 月注销关闭。

3、蓝标时间

蓝标时间于 2005 年 6 月 14 日设立，设立时注册资本 50 万元，由有限公司出资 40 万，由陈良华代有限公司持有出资 10 万元。

该公司经营范围：法律、行政法规、国务院决定禁止的，不得经营；法律、行政法规、国务院决定规定应经许可的，经审批机关批准并经工商行政管理机关登记注册后方可经营；法律、行政法规、国务院决定未规定许可的，自主选择经营项目开展经营活动。该公司主营业务为公共关系服务。

股份公司收购该公司少数股东权益前，董事为陈良华（董事长）、赵文权、高鹏，监事为许志平，经理为陈良华。

截至 2007 年 12 月 31 日，蓝标时间经审计总资产为 88,206,979.00 元，净资产为 65,130,703.70 元，净利润为 43,313,667.93 元。

2008 年 1 月股份公司对蓝标时间进行少数股东权益收购，此次收购未经评估，收购对价支付原则为股东出资额。此次收购完成后，蓝标时间成为股份公司全资子公司，并于 2008 年 2 月完成了股权工商变更登记。2008 年 8 月 7 日，股份公司第一届第七次董事会决议通过注销蓝标时间，2009 年 5 月注销关闭。

4、蓝标印象

蓝标印象于 2004 年 12 月 2 日设立，设立时注册资本 50 万元，由有限公司出资 40

万元，由赵文权代有限公司持有出资 10 万元。

该公司经营范围：法律、行政法规、国务院决定禁止的，不得经营；法律、行政法规、国务院决定规定应经许可的，经审批机关批准并经工商行政管理机关登记注册后方可经营；法律、行政法规、国务院决定未规定许可的，自主选择经营项目开展经营活动。该公司主营业务为公共关系服务。

股份公司收购该公司少数股东权益前，董事为赵文权（董事长）、许志平、高鹏，监事为陈良华，经理为赵文权。

截至 2007 年 12 月 31 日，蓝标印象经审计总资产为 43,608,676.53 元，净资产为 5,225,352.38 元，净利润为 2,209,814.61 元。

2008 年 1 月股份公司对蓝标印象进行少数股东权益收购，此次收购未经评估，收购对价支付原则为股东出资额。此次收购完成后，蓝标印象成为股份公司全资子公司，并于 2008 年 2 月完成了股权工商变更登记。2008 年 8 月 7 日，股份公司第一届第七次董事会决议通过注销蓝标印象，2008 年 11 月注销关闭。

根据《发行人股东及相关人员关于蓝色光标创立以来有关情况的专项说明》、《关于公司代持情况的补充说明》和代持人签署的相关确认函，上述代持股权及其收回，不存在权属纠纷和潜在风险。

上述收购完成后，蓝标动力、蓝标时间、蓝标印象均被注销，其处置日的财务情况如下表（单位：元）：

公司名称	处置日	2008 年 9 月 30 日			2008 年 1-9 月		
		资产总额	负债总额	所有者权益	营业收入	利润总额	净利润
蓝标时间	2008 年 9 月 30 日	492,056.25	10,993.85	481,062.40	25,369,375.11	11,429,641.06	7,987,356.01
蓝标动力	2008 年 9 月 30 日	2,576,896.34	4,927.52	2,571,968.82	3,551,552.78	49,227.19	49,227.19
蓝标印象	2008 年 9 月 30 日	646,916.64	-	646,916.64	2,160,946.99	261,704.58	234,817.77
合计		3,715,869.23	15,921.37	3,699,947.86	31,081,874.88	11,740,572.83	8,271,400.97

以上数据未经审计。

处置日后，上述公司进行了清算，清理债权债务，剩余资产划入公司，依法办理了税务、工商注销手续，不存在潜在的债权债务纠纷情况。

（三）公司对上海蓝标、广州蓝标、蓝标信息的整合调整

2008 年 2 月，经股份公司 2008 年第二次临时股东大会决议通过，公司收购上海蓝

标、广州蓝标、蓝标信息 3 家公司全部股权。该 3 家公司中的自然人持股实为历史上代赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华、高鹏六人持股，该六人为当时公司全部股东，根据 3 家公司自然人股东与上述六人签订的《代持股协议书》，约定其代为持股的股东权利属于上述六人。收购标的如下：

收购标的名称	设立时间	注册资本	收购前股权情况		收购过程	收购后股权情况		目前状态
			股东	股权比例		股东	股权比例	
上海蓝标	2004 年 5 月	110 万元	赵文权	90%	赵文权 → 股份公司 转让价格 99 万元	公司	100%	全资子公司
			马犁	10%	马犁 → 股份公司 转让价格 11 万元			
广州蓝标	2001 年 5 月	30 万元	高鹏	90%	高鹏 → 股份公司 转让价格 0 元	公司	100%	全资子公司
			毛晨	10%	毛晨 → 股份公司 转让价格 0 元			
蓝标信息	2005 年 12 月	10 万元	毛晨	90%	毛晨 → 股份公司 转让价格 9 万元	公司	100%	2009 年 4 月 注销关闭
			马红鹰	10%	马红鹰 → 股份公司 转让价格 1 万元			

对上述公司的整合，依据经天职国际审计截至 2007 年 12 月 31 日的净资产，参考对母公司财务报表重要性水平的影响程度，确定若净资产为正则收购对价支付原则为股东出资额，若净资产为负则支付对价为 0 元。

1、上海蓝标

上海蓝标于 2004 年 5 月 18 日设立，设立时注册资本 50 万元，由有限公司当时六位股东出资 50 万元，其中由赵文权代为持有 45 万元，马犁代为持有 5 万元；2006 年 5 月 19 日公司注册资本增至 110 万元，增资后由赵文权代为持有 99 万元，马犁代为持有 11 万元。

该公司经营范围：市场信息咨询与调查，市场营销策划，企业形象策划，企业管理咨询，会务服务（涉及行政许可的，凭许可证经营）。该公司主营业务为公共关系服务。

股份公司收购该公司股权前，该公司执行董事为赵文权，监事为马犁。

截至 2007 年 12 月 31 日，上海蓝标经审计总资产为 1,206,957.09 元，净资产为 806,957.07 元，净利润为-137,938.82 元。

2008 年 2 月股份公司签署相关协议，对上海蓝标进行全部股权收购，此次收购未经评估，收购对价支付原则为经审计净资产为正、收购对价为股东出资额。此次收购完成后，上海蓝标成为股份公司全资子公司，并于 2008 年 4 月完成了股权工商变更登记。

2、广州蓝标

广州蓝标于 2001 年 5 月 15 日设立，设立时注册资本 30 万元，由北京蓝色光标市场顾问有限公司¹出资 27 万元，由毛晨代北京蓝色光标市场顾问有限公司持有出资 3 万元。2001 年 12 月 28 日北京蓝色光标市场顾问有限公司将所持股份转给高鹏，公司股东变更为高鹏和毛晨，高鹏和毛晨实际代有限公司当时六位股东持有股权。

该公司经营范围：市场调研，企业形象策划，公关策划，信息咨询服务。该公司主营业务为公共关系服务。

股份公司收购该公司股权前，董事为高鹏（董事长）、吴铁、毛晨，监事为许志平，经理为毛晨。

截至 2007 年 12 月 31 日，广州蓝标经审计总资产为 3,548,234.74 元，净资产为 -5,036,404.18 元，净利润为-3,359,438.11 元。

2008 年 3 月股份公司签署相关协议，对广州蓝标进行全部股权收购，此次收购未经评估，收购对价支付原则为经审计净资产为负、收购对价为 0 元。此次收购完成后，广州蓝标成为股份公司全资子公司，并于 2008 年 4 月完成了股权工商变更登记。

3、蓝标信息

蓝标信息²于 2005 年 12 月 1 日设立，设立时注册资本 10 万元，由有限公司当时六位股东出资 10 万，其中由毛晨代为持有 9 万元，马红鹰代为持有 1 万元。

该公司经营范围：计算机软件的研究、开发；市场信息咨询；市场调研；文化交流活动策划；企业形象策划。该公司主营业务为公共关系服务。

股份公司收购该公司股权前，该公司执行董事为毛晨，监事为马红鹰。

截至 2007 年 12 月 31 日，蓝标信息经审计总资产为 4,194,334.91 元，净资产为 1,040,625.76 元，净利润为 3,156,053.65 元。

2008 年 3 月股份公司签署相关协议，对蓝标信息进行全部股权收购，此次收购未经评估，收购对价支付原则为经审计净资产为正、收购对价为股东出资额。此次收购完成后，蓝标信息成为股份公司全资子公司，并于 2008 年 4 月完成了股权工商变更登记。2008 年 8 月 7 日，股份公司第一届第七次董事会决议通过注销蓝标信息，2009 年 4 月

¹该公司为蓝色光标体系内早期公司，详细情况见申报材料 4-6 发行人股东及相关人员关于蓝色光标创立以来有关情况的专项说明中相关内容。

² 蓝标信息曾用名“广州兰标市场信息咨询有限公司”，2006 年 7 月 24 日更名为“广州蓝标信息科技有限公司”。

蓝标信息注销关闭。

根据《发行人股东及相关人员关于蓝色光标创立以来有关情况的专项说明》、《关于公司代持情况的补充说明》和代持人签署的相关确认函，上述代持股权及其收回，不存在权属纠纷和潜在风险。

上述收购完成后，蓝标信息被注销，其处置日的财务情况如下（单位：元）：

公司名称	处置日	2008年12月31日			2008年1-12月		
		资产总额	负债总额	所有者权益	营业收入	利润总额	净利润
蓝标信息	2008年12月31日	6,408.49	-	6,408.49	809,863.32	-119.38	-119.38
	合计	6,408.49	-	6,408.49	809,863.32	-119.38	-119.38

以上财务数据未经审计。

处置日后，该公司进行了清算，清理债权债务，剩余资产划入公司，依法办理了税务、工商注销手续，不存在潜在的债权债务纠纷情况。

（四）公司对“欣风翼”品牌的收购

2008年2月，经股份公司2008年第二次临时股东大会决议通过，公司收购北京博思瀚扬企业策划有限公司及其3家子公司股权。

博思瀚扬成立于2008年3月26日，注册资本为人民币170万元，由郑佳出资110.5万元，陶跃华出资25.5万元，王锦出资8.5万元，董丽出资8.5万元，陈莉出资8.5万元，施蕾出资8.5万元。

该公司经营范围：企业形象策划；技术开发、服务；通讯及计算机技术培训；信息咨询（不包含中介服务）；劳务服务；承办展览展示活动；市场调查；计算机软件开发。

股份公司收购该公司股权前，该公司执行董事为郑佳，监事为董丽，经理为郑佳。

博思瀚扬以“欣风翼”为主打品牌，主要业务为促销推广、终端队伍管理、终端传播培训、终端环境建设等，该品牌拥有众多优质客户包括微软、摩托罗拉、诺基亚、索爱、三星、IBM等。博思瀚扬三家全资子公司情况如下：

公司名称	成立日期	注册资本
欣博思	2004年10月14日	10万元
畅益思	2000年12月22日	50万元
欣风翼	2000年1月4日	110万元

本次收购以2008年4月30日为评估基准日，截至当日，博思瀚扬及其所属3家子公司资产总额9,410,240.92元，负债总额5,535,870.71元，所有者权益3,874,379.21

元。

2008年4月25日，股份公司与博思瀚扬的股东郑佳、陶跃华、董丽、施蕾、陈莉、王锦分别签定《股权转让协议》，分别受让其所持博思瀚扬的部分股权，共计受让博思瀚扬51%股权。

2008年5月8日，公司与郑佳、陶跃华、董丽、施蕾、陈莉、王锦、欣风翼、欣博思、畅益思、博思瀚扬签订《关于北京博思瀚扬企业策划有限公司股权收购协议》，协议约定将分五步对博思瀚扬100%的股权进行收购，收购进度如下：

收购时间	2008.5.8	第一年度	第二年度	第三年度	第四年度
收购比例	51%	12%	12%	12%	13%

其中第一阶段51%股权以2008年4月30日为基准日，根据《评估报告》（联首评字【2008】第1010号）确认的评估价值35,758,500元为准，协商确定51%股权交易价格1,800万元，该部分股权收购已完成；余下49%股权依协议约定在博思瀚扬税后净利润较参照值（475万元）增长大于0%的情况下，公司以该年税后净利润值乘以PE乘该年对应剩余标的股权计算出的价款对其进行收购，在税后净利润较参照值（475万元）增长小于0%的情况下，公司有权决定以7倍PE购买或者不购买当期标的股权，在不购买当期标的股权的情况下，收购年度向后顺延，以此类推，最终达到持有博思瀚扬100%的股权的目标。

其中PE的确定方式如下：

收购标的第一年度GR	GR>=30%	20%<=GR<30%	10%<=GR<20%	GR<10%
PE	13	11	9	9
收购标的第二年度至第四年度GR	GR>=30%	20%<=GR<30%	10%<=GR<20%	GR<10%
PE	13	11	9	7

注：PE为市盈率；GR为税后利润增长率；如果收购标的某年税后净利润小于475万，公司有权决定放弃购买其股权，或按照7倍PE购买其股权，如果公司选择后者，则购买当年的税后净利润不能够成为以后GR的比较依据。

截至2008年5月8日，股份公司支付对价完毕，完成对博思瀚扬51%的股权收购，博思瀚扬成为公司控股子公司，股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例（%）
股份公司	86.700	51.00
郑佳	54.145	31.85

陶跃华	12.495	7.35
王锦	4.165	2.45
董丽	4.165	2.45
陈莉	4.165	2.45
施蕾	4.165	2.45
合计	170.000	100.00

2008年8月5日,博思瀚扬除股份公司以外的六名自然人股东与风翼畅合发生股权转让,将其合计持有博思瀚扬49%的股权转让给风翼畅合。风翼畅合系由郑佳、陶跃华、董丽、陈莉、施蕾五位自然人于2008年6月设立,注册资本83.3万元,其中郑佳持股比例为70%,陶跃华持股比例为15%,董丽持股比例为5%,陈莉持股比例为5%,施蕾持股比例为5%。

2008年8月5日,股份公司与郑佳、陶跃华、董丽、施蕾、陈莉、王锦、风翼畅合、博思瀚扬签订《关于北京博思瀚扬企业策划有限公司股权收购补充协议》,协议约定风翼畅合作为新转让方愿意并承诺严格按照原《关于北京博思瀚扬企业策划有限公司股权收购协议》所确定的内容、条件及程序向股份公司继续履行博思瀚扬49%股权后续转让与交割,股份公司作为受让方继续对风翼畅合所持有的博思瀚扬股权进行收购,最终达到持有博思瀚扬100%股权的目标。

2008年8月12日,风翼畅合发生股权转让,郑佳将所持股份的4%转让于唐勇、彭澎、靳博、程松岩4名新股东,此次股权转让后,风翼畅合仍执行《收购协议补充协议》,股份公司对博思瀚扬的后期收购不受影响。

(五) 新设北京、上海、香港子公司

详细情况详见“本章五、发行人控股子公司、参股子公司简要情况之(六)北京蓝色印象品牌顾问有限公司、(七)上海君缘公共关系服务有限公司、(八)香港蓝色光标公共关系有限公司”。

八、发行人股本情况

(一) 本次发行前后发行人股本变化情况

股东名称	发行前持股数量 (股)	发行前持股比例 (%)	发行后持股数量 (股)	发行后持股比例 (%)
赵文权	7,834,533	13.0576	7,834,533	9.7932

孙陶然	7,703,333	12.8389	7,703,333	9.6292
吴铁	7,383,333	12.3056	7,383,333	9.2292
许志平	7,348,333	12.2472	7,348,333	9.1854
陈良华	7,343,333	12.2389	7,343,333	9.1792
高鹏	7,334,335	12.2239	7,334,335	9.1679
达晨财信	2,430,000	4.0500	2,430,000	3.0375
达晨创投	1,020,000	1.7000	1,020,000	1.2750
毛晨等 137 名股东	11,602,800	19.3380	11,602,800	14.5035
公众股东	-	-	20,000,000	25.0000
合计	60,000,000	100	80,000,000	100

(二) 发行人前十名股东情况

本次发行前，公司前十名股东持股情况如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	赵文权	7,834,533	13.0576
2	孙陶然	7,703,333	12.8389
3	吴铁	7,383,333	12.3056
4	许志平	7,348,333	12.2472
5	陈良华	7,343,333	12.2389
6	高鹏	7,334,335	12.2239
7	达晨财信	2,430,000	4.0500
8	毛晨	1,886,500	3.1442
9	谢骏	1,187,500	1.9792
10	达晨创投	1,020,000	1.7000
	合计	51,471,200	85.7853

(三) 发行人前十名自然人股东及在公司任职情况

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）	在公司任职情况
1	赵文权	7,834,533	13.0576	董事长、总经理
2	孙陶然	7,703,333	12.8389	董事
3	吴铁	7,383,333	12.3056	董事
4	许志平	7,348,333	12.2472	董事、副总经理
5	陈良华	7,343,333	12.2389	董事

6	高鹏	7,334,335	12.2239	无任职
7	毛晨	1,886,500	3.1442	蓝色光标公共关系机构 副总裁,广州蓝标总经理
8	谢骏	1,187,500	1.9792	智扬公关顾问机构总裁
9	郑佳	800,000	1.3333	控股子公司博思瀚扬董 事长兼总经理
10	田文凯	760,000	1.2667	董事会秘书
	合计	49,581,200	82.6355	

(四) 发行人自设立以来新增股东情况

序号	股东名称	股份取得时间	居民身份证号码	持股数量(股)	价格	获得股份方式
1	朱俊英	2008年3月	11010319570206XXXX	400,000	2元/股	增资认购
2	商亮	2008年3月	11010319850125XXXX	300,000	2元/股	增资认购
3	黄文松	2008年3月	11010219680228XXXX	100,000	2元/股	增资认购
4	焦长英	2008年3月	11010119541018XXXX	30,000	2元/股	增资认购
5	陆建	2008年3月	11010519730804XXXX	30,000	2元/股	增资认购
6	解宁	2008年3月	11010819751112XXXX	21,000	2元/股	增资认购
7	吴士深	2008年3月	11010219611225XXXX	20,000	2元/股	增资认购
8	钟明	2008年3月	42010619750501XXXX	20,000	2元/股	增资认购
9	贺凯	2008年3月	51010719750306XXXX	20,000	2元/股	增资认购
10	黄爱群	2008年3月	51113119791115XXXX	20,000	2元/股	增资认购
11	胡春因	2008年3月	62050219761220XXXX	20,000	2元/股	增资认购
12	陈永辉	2008年3月	46003519770530XXXX	17,500	2元/股	增资认购
13	张莹	2008年3月	42010519781205XXXX	17,000	2元/股	增资认购
14	唐建新	2008年3月	310224661208XXX	17,000	2元/股	增资认购
15	徐颖慧	2008年3月	13282619770224XXXX	16,000	2元/股	增资认购
16	唐靖容	2008年3月	51010719741119XXXX	16,000	2元/股	增资认购
17	何钠娜	2008年3月	31011019791108XXXX	16,000	2元/股	增资认购
18	吕林海	2008年3月	11011119780128XXXX	15,000	2元/股	增资认购
19	徐蕾	2008年3月	512533720508XXX	15,000	2元/股	增资认购
20	杨建洲	2008年3月	620102760416XXX	15,000	2元/股	增资认购
21	陈晓颖	2008年3月	11010119791108XXXX	14,000	2元/股	增资认购
22	金湘蓉	2008年3月	51010219720303XXXX	14,000	2元/股	增资认购
23	陈卓娅	2008年3月	15272519771122XXXX	14,000	2元/股	增资认购

24	林卫君	2008年3月	33262619780201XXXX	14,000	2元/股	增资认购
25	包迎庆	2008年3月	11010819700930XXXX	13,000	2元/股	增资认购
26	王佳	2008年3月	37020219810418XXXX	13,000	2元/股	增资认购
27	曾霞	2008年3月	43010219751108XXXX	13,000	2元/股	增资认购
28	何玉涛	2008年3月	13068219800613XXXX	12,500	2元/股	增资认购
29	钟涛	2008年3月	51021219781206XXXX	12,500	2元/股	增资认购
30	高崇越	2008年3月	41030519810510XXXX	12,500	2元/股	增资认购
31	罗敏	2008年3月	52210119820224XXXX	12,000	2元/股	增资认购
32	李强	2008年3月	12010419791028XXXX	12,000	2元/股	增资认购
33	张若婷	2008年3月	65010419780107XXXX	12,000	2元/股	增资认购
34	谷越	2008年3月	11022319811103XXXX	12,000	2元/股	增资认购
35	潘安民	2008年3月	37083219791115XXXX	12,000	2元/股	增资认购
36	杨玲娜	2008年3月	32108119801011XXXX	12,000	2元/股	增资认购
37	马红鹰	2008年3月	44010319760113XXXX	12,000	2元/股	增资认购
38	隋燕	2008年3月	21010419780526XXXX	12,000	2元/股	增资认购
39	廖新华	2008年3月	42088119811007XXXX	11,000	2元/股	增资认购
40	邵晓明	2008年3月	11010719820609XXXX	11,000	2元/股	增资认购
41	胡滨	2008年3月	11010219830522XXXX	11,000	2元/股	增资认购
42	杨宁	2008年3月	11010819820515XXXX	11,000	2元/股	增资认购
43	杨扬	2008年3月	11010419730803XXXX	11,000	2元/股	增资认购
44	吴小燕	2008年3月	46020019780114XXXX	11,000	2元/股	增资认购
45	苏秀华	2008年3月	35262319740109XXXX	11,000	2元/股	增资认购
46	李珊珊	2008年3月	45030219810901XXXX	10,500	2元/股	增资认购
47	李海颖	2008年3月	11010819771009XXXX	10,500	2元/股	增资认购
48	陈超	2008年3月	51030319820330XXXX	10,500	2元/股	增资认购
49	叶晓霞	2008年3月	44010319810515XXXX	10,500	2元/股	增资认购
50	王欣	2008年3月	11010219780709XXXX	10,000	2元/股	增资认购
51	张勇	2008年3月	31011219690928XXXX	10,000	2元/股	增资认购
52	邱静欣	2008年3月	11010819780628XXXX	10,000	2元/股	增资认购
53	赵文源	2008年3月	33090219660214XXXX	10,000	2元/股	增资认购
54	张鑫	2008年3月	44010219771209XXXX	10,000	2元/股	增资认购
55	贺频	2008年3月	31011019790517XXXX	10,000	2元/股	增资认购
56	周筱芸	2008年3月	44010219810817XXXX	9,000	2元/股	增资认购

57	叶小娟	2008年3月	52250119801007XXXX	9,000	2元/股	增资认购
58	郭瑶	2008年3月	23230219770328XXXX	9,000	2元/股	增资认购
59	陈瑛	2008年3月	42060119751001XXXX	8,500	2元/股	增资认购
60	刘怀辰	2008年3月	41030519771126XXXX	8,500	2元/股	增资认购
61	姚福燕	2008年3月	11010819790802XXXX	7,000	2元/股	增资认购
62	吴元	2008年3月	15010419790101XXXX	5,000	2元/股	增资认购
63	王丽明	2008年3月	23023119750403XXXX	5,000	2元/股	增资认购
64	邓颖焘	2008年3月	44030119820928XXXX	5,000	2元/股	增资认购
65	陈泽欣	2008年3月	11010219760122XXXX	5,000	2元/股	增资认购
66	吴素红	2008年3月	11010819741114XXXX	5,000	2元/股	增资认购
67	李湘红	2008年3月	43040419800520XXXX	5,000	2元/股	增资认购
68	李明圆	2008年3月	11011119770927XXXX	5,000	2元/股	增资认购
69	范建斌	2008年3月	37080219781003XXXX	5,000	2元/股	增资认购
70	李旭	2008年3月	11010219740605XXXX	5,000	2元/股	增资认购
71	刘史哲	2008年3月	44078119811220XXXX	5,000	2元/股	增资认购
72	赵威	2008年3月	11010619770608XXXX	5,000	2元/股	增资认购
73	吕岚	2008年3月	62010219750220XXXX	5,000	2元/股	增资认购
74	冯忆	2008年3月	51010319630809XXXX	80,000	2元/股	增资认购
75	黄青榕	2008年3月	11010819730218XXXX	18,000	2元/股	增资认购
		2009年1月		72,000	3元/股	增资认购
76	达晨财信	2008年6月	440301103110XXX	2,430,000	9.6667元/股	增资认购
77	达晨创投	2008年6月	440301103587XXX	1,020,000	9.6667元/股	增资认购
78	曾芸	2008年6月	43010519700207XXXX	300,000	9.6667元/股	增资认购
79	郑佳	2008年8月	11010419671002XXXX	800,000	3元/股	增资认购
80	董丽	2008年8月	11010119690616XXXX	50,000	3元/股	增资认购
81	陈莉	2008年8月	11010219721202XXXX	50,000	3元/股	增资认购
82	施蕾	2008年8月	11010519740520XXXX	50,000	3元/股	增资认购
83	陶跃华	2008年8月	11010819451101XXXX	50,000	3元/股	增资认购
84	靳光	2008年8月	32010319700728XXXX	50,000	3元/股	增资认购
85	吴虹	2008年8月	43240119680210XXXX	150,000	3元/股	增资认购
86	吴哲飞	2009年1月	330106690311XXX	120,000	3元/股	增资认购
				70,000	3.5/股	股权转让
87	田军	2009年1月	11010819701012XXXX	34,000	3元/股	增资认购

88	莫莉	2009年1月	11010519691102XXXX	3,600	3元/股	增资认购
89	唐勇	2009年1月	62032119741215XXXX	4,800	3元/股	增资认购
90	傅颖	2009年1月	11010319770527XXXX	2,400	3元/股	增资认购
91	李雪松	2009年1月	21070219781030XXXX	2,400	3元/股	增资认购
92	武慧琴	2009年1月	14260319761104XXXX	1,200	3元/股	增资认购
93	王双玉	2009年1月	23080319780220XXXX	7,200	3元/股	增资认购
94	吴浴涛	2009年1月	64010219780201XXXX	15,000	3元/股	增资认购
95	葛柱宇	2009年1月	410103691228XXX	10,000	3元/股	增资认购
96	吴传清	2009年1月	62010219730303XXXX	165,929	9.6667元/股	股权转让
97	王晏清	2009年1月	21010219720715XXXX	451,327	9.6667元/股	股权转让
98	胡星	2009年1月	36010219640510XXXX	31,858	9.6667元/股	股权转让
99	陈方亚	2009年1月	42010519730517XXXX	26,549	9.6667元/股	股权转让
100	仇洪昌	2009年1月	36010219590430XXXX	26,549	9.6667元/股	股权转让
101	郭慧麟	2009年1月	36252319701125XXXX	47,788	9.6667元/股	股权转让
102	姜素田	2009年1月	11010719420426XXXX	30,000	3.5元/股	股权转让
103	杜宝凤	2009年3月	110102361010XXX	70,000	3.5元/股	股权转让
104	初晓东	2009年3月	22020219720525XXXX	10,000	3.5元/股	股权转让
105	夏志卫	2009年6月	11010819601224XXXX	10,000	3.5元/股	股权转让
106	刘军	2009年6月	11010119760406XXXX	10,000	3.5元/股	股权转让
107	刘蕾杰	2009年6月	15020219780627XXXX	50,000	3.5元/股	股权转让

1、达晨创投、达晨财信、曾芸为风险投资者；

2、吴传清、王晏清、胡星、陈方亚、仇洪昌、郭慧麟等6人为天津同创的有限合伙人及普通合伙人的股东，也为外部风险投资者。天津同创曾在2008年6月公司增资时认购公司股份成为公司股东，2009年1月因合伙制无法在证券结算中心登记而将其股份转出。

3、其余人员均为公司主要业务人员和管理人员。

上述自然人均为中国国籍，在境外无永久居留权。公司历次增资及股权转让定价方式均为协议定价。本次发行前，公司股东中无战略投资者。

(五) 发行人最近一年新增股东情况

序号	姓名	取得股份时间	取得股份方式	相关股东大会、董事会	与发行人关系
1	郑佳	2008年8月	增资认购	2008年第六次临时股东大会；第一届第七次董事会	员工

2	董丽	2008年8月	增资认购	2008年第六次临时股东大会；第一届第七次董事会	员工
3	陈莉	2008年8月	增资认购	2008年第六次临时股东大会；第一届第七次董事会	员工
4	施蕾	2008年8月	增资认购	2008年第六次临时股东大会；第一届第七次董事会	员工
5	陶跃华	2008年8月	增资认购	2008年第六次临时股东大会；第一届第七次董事会	员工
6	靳光	2008年8月	增资认购	2008年第六次临时股东大会；第一届第七次董事会	兼职顾问
7	吴虹	2008年8月	增资认购	2008年第六次临时股东大会；第一届第七次董事会	兼职顾问
8	吴哲飞	2009年1月	增资认购和股权转让	2009年第一次临时股东大会；第一届第八次、第九次董事会	员工
9	田军	2009年1月	增资认购	2009年第一次临时股东大会；第一届第八次、第九次董事会	员工
10	莫莉	2009年1月	增资认购	2009年第一次临时股东大会；第一届第八次、第九次董事会	员工
11	唐勇	2009年1月	增资认购	2009年第一次临时股东大会；第一届第八次、第九次董事会	员工
12	傅颖	2009年1月	增资认购	2009年第一次临时股东大会；第一届第八次、第九次董事会	员工
13	李雪松	2009年1月	增资认购	2009年第一次临时股东大会；第一届第八次、第九次董事会	员工
14	武慧琴	2009年1月	增资认购	2009年第一次临时股东大会；第一届第八次、第九次董事会	员工
15	王双玉	2009年1月	增资认购	2009年第一次临时股东大会；第一届第八次、第九次董事会	员工
16	吴浴涛	2009年1月	增资认购	2009年第一次临时股东大会；第一届第八次、第九次董事会	员工
17	葛柱宇	2009年1月	增资认购	2009年第一次临时股东大会；第一届第八次、第九次董事会	员工
18	吴传清	2009年1月	股权转让	2009年第一次临时股东大会；第一届第八次、第九次董事会	投资人
19	王晏清	2009年1月	股权转让	2009年第一次临时股东大会；第一届第八次、第九次董事会	投资人
20	胡星	2009年1月	股权转让	2009年第一次临时股东大会；第一届第八次、第九次董事会	投资人
21	陈方亚	2009年1月	股权转让	2009年第一次临时股东大会；第一届第八次、第九次董事会	投资人
22	仇洪昌	2009年1月	股权转让	2009年第一次临时股东大会；第一届第八次、第九次董事会	投资人
23	郭慧麟	2009年1月	股权转让	2009年第一次临时股东大会；第一届第八次、第九次董事会	投资人
24	姜素田	2009年1月	股权转让	2009年第一次临时股东大会；第一届第八次、第九次董事会	兼职顾问
25	杜宝凤	2009年3月	股权转让	2008年度股东大会；第一届第十次董事会	兼职顾问
26	初晓东	2009年3月	股权转让	2008年度股东大会；第一届第十	员工

				次董事会	
27	夏志卫	2009年6月	股权转让	2009年第二次临时股东大会；第一届第十一次董事会	员工
28	刘军	2009年6月	股权转让	2009年第二次临时股东大会；第一届第十一次董事会	员工
29	刘蕾杰	2009年6月	股权转让	2009年第二次临时股东大会；第一届第十一次董事会	兼职顾问

注：1、上述人员的身份证号码参见本章节前述“（四）发行人自设立以来新增股东情况”；2、上述股东持股数量及变化情况、取得股份的时间、价格和定价依据，详见预披露文件《发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见》之“一、公司股本的形成及变化情况（二）股份公司阶段”的相关内容。

上述公司最近一年新增股东简历情况如下：

郑佳简历详见本招股说明书“第八章 董事、监事、高级管理人员与核心业务人员之一、董事、监事、高级管理人员与核心业务人员情况之（四）核心业务人员”相关内容。

董丽女士，中国国籍，无境外永久居留权，1969年6月出生，毕业于北京人民大学工商管理专业，EMBA。2004年至今，在北京欣风翼科技有限公司任高级总监。

陈莉女士，中国国籍，无境外永久居留权，1972年12月出生，毕业于北京师范大学心理学专业，本科，MBA。2004年至今，在北京欣风翼科技有限公司任总监。

施蕾女士，中国国籍，无境外永久居留权，1974年5月出生，毕业于北京人民大学财务会计专业，专科。2004年至现今，在北京欣风翼科技有限公司任财务总监。

陶跃华先生，中国国籍，无境外永久居留权，1945年11月出生，毕业于北京建筑工程管理学院财务会计专业，专科学历。2004年至今，在北京欣风翼科技有限公司任财务顾问。

靳光女士，汉族，中国籍，无境外永久居留权，1970年7月出生，毕业于北京大学，法律硕士。2004年至今，在北京季诺星空公关顾问有限公司任高级顾问。2008年至今，任蓝色光标公共关系机构IT行业高级顾问。

吴虹女士，汉族，中国籍，无境外永久居留权，1968年2月出生，毕业于常德师范专科学校，大专学历，经济师职称。2004年至2007年在北京韵洪广告公司，任财务经理；2007年至今在北京亿润创业投资有限公司，任财务总监。2004年至今，任蓝色光标公共关系机构投资顾问。

吴哲飞先生，中国国籍，无境外永久居留权。1969年3月出生，毕业于浙江大学化

学机械设备专业，本科学历。2004年至2006年7月，在致蓝经纬公关任总经理；2006年7月至今在蓝色光标公共关系机构任高级副总裁。

田军女士，中国国籍，无境外永久居留权。1970年10月出生，毕业于北京工业大学自动控制专业，本科学历。2004年至2008年4月，在新比士康顾问咨询任副总经理；2008年5月至今，在蓝色光标公共关系机构任助理总裁。

莫莉女士，中国国籍，无境外永久居留权，1969年11月出生，毕业于英国赫尔大学商学院工商管理，MBA。2004年至2006年9月，在基恩爱生物技术有限公司任人力资源负责人；2007年1月至今，在北京欣风翼科技有限公司任行政经理。

唐勇先生，中国国籍，无境外永久居留权，1974年12月出生，毕业于甘肃广播电视大学市场营销专业，专科学历。2004年至2009年7月，在北京欣风翼科技有限公司任总监。

傅颖女士，中国国籍，无境外永久居留权，1977年5月出生，毕业于北京市委党校财务会计专业，本科学历。2004年至今，在北京欣风翼科技有限公司任总经理助理。

李雪松女士，中国国籍，无境外永久居留权，1978年10月出生，毕业于北京邮电大学网络教育学院信息管理与信息系统专业，本科学历。2004年至今，在北京欣风翼科技有限公司任项目经理。

武慧琴女士，中国国籍，无境外永久居留权，1976年11月出生，毕业于北京邮电大学网络教育学院信息管理与信息系统专业，本科学历。2004年至今，在北京欣风翼科技有限公司任客户经理。

王双玉女士，中国国籍，无境外永久居留权，1978年2月出生，毕业于北京广播电视大学财务会计专业，本科学历。2004年至今，在北京欣风翼科技有限公司任客户经理。

吴浴涛先生，中国国籍，无境外永久居留权。1978年2月出生，毕业于中国矿业大学经济贸易专业，本科学历。2004年至今，在蓝色光标公关关系机构先后任客户经理、高级客户经理。

葛柱宇先生，中国国籍，无境外永久居留权。1969年12月出生，毕业于郑州大学新闻系新闻专业，本科学历。2004年至2005年8月，任山西青报执行总编辑兼山青传媒公司副总经理；2006年2月至2007年1月，任上海嘉美传播集团晚报事业部副总经理；2007年2月至2007年12月，任上海《青报》上青传媒公司副总经理；2008年4月至今，任蓝色光标公共关系机构高级媒体顾问。

吴传清女士，中国国籍，无境外永久居留权。1973年3月出生，毕业于西北师范大

学会计学专业，本科学历。天津同创立达投资中心（有限合伙）的普通合伙人深圳市立达创业投资管理有限公司的股东。2004年至今，在香港中旅经济开发有限公司任副总经理。

王晏清女士，中国国籍，无境外永久居留权，1972年7月出生，毕业于沈阳工业大学，本科学历。天津同创立达投资中心（有限合伙）的有限合伙人。2004年至2006年12月沈阳分众传媒经理；2007年1月至今，任深圳立达公司副经理。

胡星先生，中国国籍，无境外永久居留权，1964年5月出生，毕业于华东政法大学法律系，本科学历。天津同创立达投资中心（有限合伙）的有限合伙人。2004年至2006年2月在广东万乘律师事务所任律师、合伙人；2006年3月至今在广东万鼎律师事务所任律师、合伙人。

陈方亚先生，中国国籍，无境外永久居留权，1973年5月出生，毕业于广东工业大学电力系统自动化专业本科学历。天津同创立达投资中心（有限合伙）的有限合伙人。2004年至2007年1月，在广东电网公司清远佛冈供电局任市场及客户服务部主任。2007年1月至2009年7月，在广东电网公司清远佛冈供电局任办公室主任。2009年7月至今，在佛冈县电力有限责任公司任董事长。

仇洪昌先生，中国国籍，无境外永久居留权，1959年4月出生，毕业于中国广播电视大学图书情报专业，大学学历。天津同创立达投资中心（有限合伙）的有限合伙人。2004年至今，在南昌大学医学院工作，任副研究员。

郭慧麟先生，中国国籍，无境外永久居留权，1970年11月出生，毕业于抚州师院中文专业，大专学历。天津同创立达投资中心（有限合伙）的有限合伙人。2004年至今，在江西新中鼎投资发展有限公司任董事总经理。

姜素田女士，中国国籍，1942年4月出生。1997年5月退休，退休前在石景山医院工作，任主治医师。2004年至今，任蓝色光标公共关系机构医药行业高级顾问。

杜宝凤女士，中国国籍，1936年10月出生，1964年毕业于中国传媒大学无线电系本科。1997年退休，退休前在广电总局科技司任高级工程师。2004年至今，任蓝色光标公共关系机构电视媒体高级顾问。

初晓东先生，中国国籍，无境外永久居留权。1972年5月出生，毕业于吉林大学经济学专业，本科。2004年在健力宝宝丰酒业任营销总监；2005年1月至2006年12月，在广州满堂红地产公司任市场总监；2007年1月至2008年3月，在健力宝集团新产品营销总监；2008年4月至2009年12月，在蓝色光标公共关系机构任高级客户总监。

夏志卫先生，中国国籍，无境外永久居留权，1960年12月24日出生于北京，1983年7月毕业于北京大学历史学系世界史专业，获历史学学士学位。2004年至2007年2月，在北京海天网联公关顾问任副总裁；2007年4月至2009年3月，在恒瑞行传播集团任副总裁兼任北京恒瑞行公关顾问总经理；2009年5月至今，在北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司任总裁助理。

刘军先生，中国国籍，无境外永久居留权，1976年4月出生，毕业于清华大学法律与英语专业，双学士；美国 Ohio Akron 大学大众传媒专业，硕士。2004年至2005年4月，在 eBay.com 任公关经理；2005年4月至2009年2月，在索尼爱立信市场经理；2009年2月至今，任蓝色光标公共关系机构高级客户总监。

刘蕾杰女士，中国国籍，1978年6月出生，毕业于首都经济贸易大学经济法专业，学士学位。2004年至今在北京天融信公司法务部，现任经理。2009年至今，任蓝色光标公共关系机构高级顾问。

（六）国有股份及外资股份

本次发行前，公司股本中无国有股份及外资股份。

（七）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前，股东间关联关系有：

达晨创投与达晨财信为同一实际控制人控制下的公司，达晨创投持有公司 1,020,000 股，占公司总股本的 1.70% 股份，达晨财信持有公司 2,430,000 股，占公司总股本的 4.05% 股份，合计持有发行人 5.75% 股份。

赵文源为赵文权之兄长，持有公司股份 10,000 股，占公司总股本的 0.02%，赵文权持有公司 7,834,533 股，占公司总股本的 13.06%，合计持有发行人 13.08% 股份。

除上述股东之间存在关联关系外，其他股东间不存在任何关联关系。

（八）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

公司共同控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份；赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华作为公司董事承诺：上述承诺期限届满后，在任职期间每年转让的股份不超过其所持有发行人股份总数的百分之二十五，在离职后半年内，不转让其所持有的发行人股份；此外，赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华作为公司一致行动人（共同控制人），承诺自上述期限届满日起三年内

减持股份的,减持后本人持股比例不低于首发上市时公司总股本 8,000 万股的百分之六,并且不通过大宗交易系统减持。

公司股东毛宇辉、潘勤、田文凯、陈剑虹承诺:自公司股票上市之日起十二个月内,不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份,也不由发行人回购其持有的股份;承诺期限届满后,上述股份可以流通和转让。此外,毛宇辉、潘勤、田文凯、陈剑虹作为公司监事或高级管理人员承诺:上述承诺期限届满后,在任职期间每年转让的股份不超过其所持有发行人股份总数的百分之二十五;在其离职后半年内,不转让其所持有的发行人股份。其中毛宇辉、潘勤、陈剑虹因分别持有本次发行申请文件正式受理日(2009年7月31日)前6个月内取得新增股 84,000 股、27,000 股、60,000 股,承诺其持有的该部分股份自公司股票上市之日起二十四个月内,转让的股份不超过本人所持有该新增股份总额的百分之五十。

公司股东熊剑共持有公司 260,000 股股份,其中 200,000 股为本次发行申请文件正式受理日(2009年7月31日)前6个月内取得,承诺:其中 60,000 股股份自公司股票上市之日起十二个月内,不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份,也不由发行人回购其持有的股份;承诺期限届满后,上述股份可以流通和转让;其中 200,000 股股份自股票上市之日起三十六个月内,不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份,也不由发行人回购其持有的股份。

公司股东刘蕾杰共持有公司 50,000 股股份,均为本次发行申请文件正式受理日(2009年7月31日)前6个月内取得的新增股份,其中 22,000 股从离职员工转让取得,28,000 股从公司实际控制人之一赵文权转让取得,承诺:其中 22,000 股股份自公司股票上市之日起十二个月内,不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份,自公司股票上市之日起二十四个月内,转让的股份不超过本人所持有该新增股份总额的百分之五十;其中 28,000 股股份自股票上市之日起三十六个月内,不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份,也不由发行人回购其持有的股份。

公司股东赵文源承诺自公司股票上市之日起三十六个月内,不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份,也不由发行人回购其持有的股份。

公司法人股东达晨财信、达晨创投及其他 131 名自然人股东承诺:自公司股票上市之日起十二个月内,不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份,也不由发行人回购其持有的股份;承诺期限届满后,上述股份可以流通和转让。其中罗斌、丁晓东、毛晨、赵昀、吴星、马犁、李林、黄青榕、吴哲飞、田军、王双玉、莫莉、傅颖、李雪松、武

慧琴、吴浴涛、葛柱宇、姜素田、王晏清、吴传清、郭慧麟、胡星、陈方亚、仇洪昌、初晓东、杜宝凤、夏志卫、许祥和、刘军、高鹏分别持有本次发行申请文件正式受理日（2009年7月31日）前6个月内取得的新增股份200,000股、200,000股、154,000股、120,000股、60,000股、24,000股、48,000股、72,000股、190,000股、34,000股、7,200股、3,600股、2,400股、2,400股、1,200股、15,000股、10,000股、30,000股、451,327股、165,929股、47,788股、31,858股、26,549股、26,549股、10,000股、70,000股、10,000股、17,000股、10,000股、51,000股，承诺其持有的该部分股份自公司股票上市之日起二十四个月内，转让的股份不超过本人所持有该新增股份总额的百分之五十。

九、发行人职工持股会情况

公司未发行过内部职工股。

十、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工人数及变化情况

公司近三年及一期员工变化情况如下：

项目	2009年1-6月	2008年	2007年	2006年
期末员工总数(人)	604	652	404	315
离职率(%)	12.67	15.63	17.12	17.90

公司员工人数逐年上升，离职率逐年下降。

（二）员工部门分类情况

截至2009年6月30日，公司员工总数为604人，公司员工的部门分类情况如下：

部门	人数(人)	占总人数的比例(%)
业务部门	505	83.61
业务支持部门	35	5.79
职能部门	64	10.60
合计	604	100

（三）员工受教育程度分类情况

截至2009年6月30日，公司员工总数为604人，公司员工的受教育程度分类情况如下：

学历	人数(人)	占总人数的比例(%)
硕士及以上	59	9.77
大学本科	363	60.09
大学专科	152	25.17
高中及以下	30	4.97
合计	604	100

(四) 员工年龄分类情况

截至 2009 年 6 月 30 日，公司员工总数为 604 人，公司员工年龄分类情况如下：

年龄	人数(人)	占总人数的比例(%)
50 岁以上	2	0.33
40~50 岁	25	4.14
30~40 岁	173	28.64
30 岁以下	404	66.89
合计	604	100

(五) 员工社会保障情况

公司根据《中华人民共和国劳动合同法》实行全员劳动合同制，公司与每位入职的员工均签定劳动合同。公司为员工提供了必要的社会保障计划，按照国家法律法规的要求在各地为员工办理了基本养老保险、医疗保险、失业保险、工伤和生育保险以及住房公积金，缴纳了职工“五险一金”中应由企业负担的部分。

公司近三年“五险一金”缴纳情况如下（单位：元）：

	2009 年 1-6 月	2008 年	2007 年	2006 年
养老保险	3,717,487.78	6,505,280.14	2,706,948.80	1,007,248.72
失业保险	171,091.78 ^注	517,220.96	198,208.77	72,294.69
医疗保险	1,721,925.94	3,029,349.09	1,248,939.28	532,535.10
工伤保险	101,196.11	219,604.75	91,267.10	32,945.87
生育保险	67,089.50	115,576.84	51,922.42	17,215.13
住房公积金	3,310,268.72	4,995,847.64	2,016,502.00	1,160,080.00
合计	9,089,059.83	15,382,879.42	6,313,788.37	2,822,319.51

注：2009 年北京地区失业保险政策变化，本市城镇职工失业保险单位缴纳部分由原 1.5%调整为 1%，个人缴纳部分由 0.5%调整为 0.2%；外埠城镇职工失业保险单位缴纳部分由原 1.5%调整为 1%；个人缴纳部分由原 0.5%调整为 0.2%。2009 年广州地区失业保险政策变化，保险缴纳单位缴纳部分由原 2%调整为 1%，个人缴纳部分由原 0.2%调整为 0.1%。

北京市海淀区社会保险基金管理中心、北京市崇文区社会保险基金管理中心、广州

市天河区社会保障基金管理中心、上海市社会保险事业基金结算管理中心分别于本次发行前出具证明，证明公司及子公司“养老保险、医疗保险、失业保险、工伤和生育保险”在报告期内按要求缴纳，不存在欠缴情况。

北京住房公积金管理中心海淀管理部、北京住房公积金管理中心中关村管理部、北京住房公积金管理中心崇文管理部、广州住房公积金管理中心、上海市公积金管理中心分别于本次发行前出具证明，证明公司及子公司“住房公积金”按要求缴纳，不存在欠缴情况。

公司未发生过重大劳动争议和纠纷。

十一、持有公司 5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的承诺

（一）公司主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员已就其所持股份的流通限制作出自愿锁定股份的承诺。有关情况详见本章“八、发行人股本情况之（七）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

（二）为避免同业竞争，公司的实际控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，就避免与公司发生同业竞争做出了承诺。承诺内容详见“第七章同业竞争和关联交易之一、同业竞争之（二）避免同业竞争的承诺”。

（三）为最大程度地避免英智永新与发行人之间产生同业竞争，高鹏已出具了《避免同业竞争承诺函》，承诺：若股份公司之股票在境内证券交易所上市，高鹏作为股份公司之股东，将采取有效措施，并促使英智永新采取有效措施，以保证英智永新自股份公司于境内证券交易所上市之日起五年内，不从事任何与股份公司及其下属企业主营业务构成竞争关系的业务或活动。同时，高鹏作为股份公司之股东，不会利用股东身份、股东根据相关法律法规及公司章程享有的权利及获知的信息，包括但不限于股份公司及其下属企业的商业秘密，从事或通过高鹏所控制的企业及其下属企业，从事损害股份公司及其下属企业利益的业务或活动。高鹏同意承担并赔偿因违反上述承诺而给股份公司及其下属企业造成的一切损失、损害和开支。

（四）为避免非经营性资金占用，公司实际控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华出具了《避免非经营性占用资金承诺函》，承诺内容详见“第七章同业竞争和关联交易之二、关联方与关联交易之（五）公司实际控制人《避免非经营性占用资金承诺函》”。

截至本招股说明书签署日，上述承诺人均严格履行上述相关承诺。

第六章 业务和技术

一、发行人主营业务及其变化情况

公司所处行业为公共关系行业，是一家在中国大陆为企业提供服务品牌管理服务的行业龙头企业。

公司的主营业务属于公共关系服务，核心业务是为企业提供服务品牌管理服务，主要内容为品牌传播、产品推广、危机管理、活动管理、数字媒体营销、企业社会责任等一体化的链条式服务。目前，公司客户主要为企业。

公司自设立以来主营业务突出，且未发生重大变化。

二、发行人所处行业的基本情况

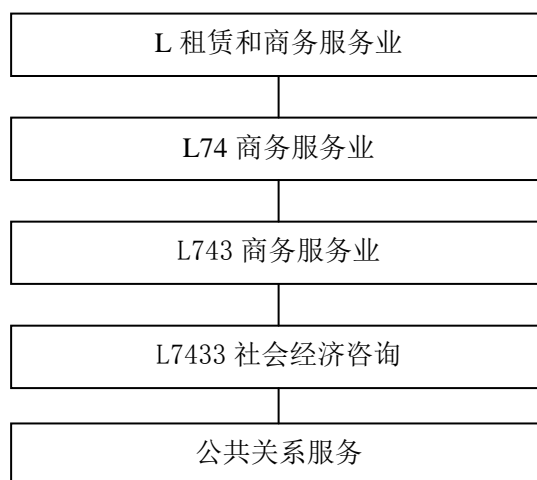
（一）发行人的行业分类

公司所处行业属于现代服务业。现代服务业是伴随着信息技术和知识经济的发展而产生的，通过现代化的新技术、新业态和新服务方式改造传统服务业，创造需求，引导消费，向社会提供高附加值、高层次、知识型的生产服务和生活服务。

现代服务业是随着社会进步、经济发展、社会分工更加专业化而逐步发展起来的；具有智力要素密集度高、产出附加值高、资源消耗少、环境污染少等特点。现代服务业既包括新兴服务业，也包括对传统服务业的技术改造和升级，其本质是实现服务业的现代化。2000年中央经济工作会议提出：“既要改造和提高传统服务业，又要发展旅游、信息、会计、咨询、法律服务等新兴服务业”。

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2002）的标准，公司所属行业为“L74 商务服务业”大类——“L743 商务服务业”中类——“L7433 社会经济咨询”小类——“公共关系服务”。

发行人行业分类具体如下图所示：



（二）行业的管理体制和主要法律法规

1、行业管理体制概述

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。¹

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。²

2、行业主要自律规章及产业政策

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

¹ 摘自《中国公共关系协会章程》

² 摘自《中国国际公共关系协会章程》

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。“十一五”规划精神指出：国家鼓励发展服务业，规范发展商务服务业，支持发展管理咨询服务，鼓励企业推进业务外包、品牌营销等服务环节的延伸，大力支持企业开展自主品牌建设。

目前有关鼓励现代服务业发展的相关政策如下：

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	中国人民银行等
《文化产业振兴规划》	2009. 7. 22	国务院

（三）公共关系及公共关系行业的产生背景

1、公共关系的概念

美国公共关系协会（PRSA）关于公共关系的定义为：“公共关系是一个组织为获取公众之信任与好感，借以迎合公众之兴趣而调整其政策与服务的一种持续工作；公共关系是一种专业技术，这种技术在于激发公众对一个组织的了解并产生信任。”¹

英国公共关系协会（IPR）关于公共关系的定义为：“公共关系实践致力于有计划地、持久地建立和维持一个组织及其公众之间地良好愿望和相互理解。”²

国际公共关系协会（IPRA）关于公共关系的定义为：“公共关系实践是分析趋势，

¹ 陈向阳，《公共关系顾问专业指南》[M]，合肥：安徽人民出版社，2004，第 4 页

² 陈向阳，《公共关系顾问专业指南》[M]，合肥：安徽人民出版社，2004，第 4 页

预测趋势，为组织领导提供决策咨询，执行既利于组织又利于公众的行动计划的一种艺术和社会科学。”¹

一般而言，公共关系活动是指社会组织（包括企业、政府、非政府机构等）用传播手段使自己或他人与公众之间形成双向交流，使双方达到相互了解和相互适应的管理活动；当这种管理活动职业化，并为社会组织带来某种利益或满足感时，公共关系服务便产生了。公共关系服务通过调查、策划、实施、评估及咨询等手段，对客户与公众之间的信息加以管理，以满足服务对象的需求，从而形成一套有效的沟通传播渠道。公共关系从信息传递的角度上讲，是一种公众沟通的有效手段。

当企业成为公共关系的对象时，公共关系主要目的是为了加强企业与公众的沟通，改善企业的公众形象，其主要内涵为品牌的建立、传播和维护，即品牌管理（详见“本章五、发行人的主要业务之（一）发行人的主要业务概述”）。从这个角度上讲，品牌管理是企业公共关系功能的具体化，公共关系是品牌管理价值实现的有效手段。

2、公共关系的产生背景

（1）商品经济是公共关系产生的基础环境

商品经济社会以社会化大生产、社会化大交换为其重要特征。任何社会组织要生存发展，必须参与社会化大生产和大交换，这就需要参与社会公众的传播沟通，了解消费群体的需求，传达自身的信息，使得商品市场交易得以实现，公共关系服务恰好满足市场的需求，便应运而生了。

（2）公共关系是社会分工的必然产物

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。

（3）现代科技为公共关系产生和发展提供物质基础

¹ 陈向阳，《公共关系顾问专业指南》[M]，合肥：安徽人民出版社，2004，第4页

现代科学技术的不断发展，使得广播、电视、互联网等电子传媒媒介更加普及，加快了信息的传播速度，扩大了传媒的深度和广度，这也为商品经济大规模的信息流通提供了可能，并为公共关系的发展提供了必要的技术和方法。

（四）公共关系行业发展状况

1、国际公共关系行业的发展状况

国际公共关系行业起源于美国 18 世纪政治宣传，发展于发达的现代商品经济，是伴随着“品牌经济时代”的崛起而逐渐发展起来的。

20 世纪初公共关系行业逐渐形成。美国独立战争时期出现了公共关系（Public Relations）一词，这一时期成为公共关系行业的萌芽酝酿时期。1927 年，第一家公共关系公司——伟达公共关系公司成立；截至 1937 年，美国已有 250 多家公共关系公司，5,000 多名公共关系从业人员；1955 年，国际公共关系协会在伦敦成立；1960 年，美国公共关系从业人员已达 10 万人，公共关系公司超过 1,350 家，而且美国前 100 强公司中已有 75% 的公司设立了公共关系部；截至 2005 年，美国公共关系从业人员已超过 30 万。至此，国际公共关系行业已经发展为一个具有相当规模的成熟行业。¹

国际公共关系行业呈现出以下行业特点：

（1）地区发展不平衡

目前，国际公共关系行业地区发展不平衡主要为两个方面：第一，发展速度不平衡，表现为亚太地区等新兴市场增长速度较快，远高于其他地区，处于高速成长阶段；第二，市场份额不平衡，体现在欧美地区的市场份额较大，处于市场主导地位。

根据霍尔姆斯报告，2006 年，国际公共关系行业的总体规模约 70 亿美元，年增长率约 9.5%。其中，美国市场约 40 亿美元，占全球行业市场的 57.2%，年增长率 9%；欧洲（包括英国）市场约 19 亿美元，占全球行业市场的 27.1%，年增长率 9.5%；亚太地区市场约 10 亿美元，占全球行业市场的 14.3%，年增长率 15%，增长速度较快。根据 2006 年我国公共关系行业调查报告，我国 2006 年公共关系行业年营业额达到 80 亿元人民币，市场增长率达到 33% 左右，明显高于欧美地区。

¹ 陈向阳，《公共关系顾问专业指南》[M]，合肥：安徽人民出版社，2004，第 15 页

2006 年国际公共关系市场发展规模和增长速度比较表

地区	发展规模（亿美元）	增长速度（%）
美国	40	9.0
欧洲（包括英国）	19	9.5
亚太地区	10	15.0
全球	70	9.5

注：公共关系行业国际上一般都以净收入为统计口径，所谓净收入（也称服务费收入）是指不含第三方成本的收入，净收入=总收入-营业成本（即第三方成本）；而我国行业年度报告中的统计口径一般为总收入。

（2）多品牌经营模式

鉴于公共关系行业中存在同一家公共关系公司不便同时服务于两家具具有直接竞争关系客户的行业惯例，公共关系公司一般采用多品牌的经营模式运营，即同一体系控制下的多品牌独立经营。

由于公共关系公司的客户大多是跨国大型企业，该类企业对商业秘密的保护较为重视，通常均会要求公共关系公司在其所属行业内仅为其一家企业提供服务，因此公共关系公司为避免泄漏客户商业秘密，通常也只为某一细分行业中的一家企业提供服务。如果公共关系公司采用单一品牌进行经营运作的模式，会因此失去该行业其他潜在客户。

为避免丢失客户，公共关系公司一般通过实施多品牌策略的方式开展业务，使用不同的品牌独立的为不同客户服务，避免客户对于商业秘密外泄的担忧，进而增加客户数量，扩大市场业务量。例如，业内较为有名的奥美公关、博雅公关、伟达公关均隶属于世界传播巨头 WPP 集团旗下；公司旗下亦拥有蓝色光标、智扬公关、欣风翼多个品牌独立经营。这种模式不但在国际上普遍得到运用，国内市场也认可了这种模式，形成了目前多品牌的行业运营特色。

（3）收购是企业成长的主要手段之一

收购成熟品牌公司成为公共关系公司快速做大做强最有效的手段。由于新设品牌的塑造需要较长时间的市场积累和沉淀，需要的时间和成本较多，因此通过收购合适的公司，并充分利用被收购公司的品牌，能够迅速占领市场，扩大市场份额。收购方式已经成为公共关系公司快速成长最便捷的手段。近几年海外公共关系公司在我国也频频出手，奥美公关收购了西岸公关，宏盟集团收购了宣亚，埃德曼收购了帕格索斯，海外公共关系公司通过资本收购手段，登陆国内市场，迅速扩大市场规模。

公共关系行业内的收购主要具有以下特点：

第一，收购频繁。据 WPP 集团统计，目前全球公共关系行业以平均每周收购一家的速度不断扩张。

第二，收购不整合。由于同一家公共关系公司不能同时服务于两家具具有直接竞争关系的客户，被收购的新品牌公司一般不会被整合，收购方仅从股权关系上对被收购方给予控制，被收购原品牌仍旧保留，独立运作，在保留原有客户的同时，增加潜在客户数量，扩大市场份额。

目前，海外公共关系公司在我国的频繁并购给国内公共关系公司带来较大压力。国内公司资本市场等融资手段较为单一，可能会错失并购等扩张市场的机会，将影响自身成长速度和市场地位，进而影响公司未来收入规模持续增长的速度。

(4) 人力资源是行业的核心资源

公共关系行业属于现代服务业，更多依靠人才和智力来完成客户的需求。公共关系公司通常依靠提供专业服务来获得客户和市场的认可，而服务质量优劣、服务水平高低的决定因素是高素质的专业人才，因此公共关系行业中人力资源是行业的核心资源。

2、我国公共关系行业的发展状况

(1) 行业发展的历史

我国公共关系发展历史相比欧美国家要短得多。上世纪 80 年代初，部分外商独资企业和合资企业在内部设立了公共关系部，开始为公司提供相关的公共关系服务，形成国内公共关系行业的雏形。

1984 年，美国伟达公共关系公司率先在北京设立了办事处。1985 年，世界老牌公共关系公司博雅公关与中国新华社下属的中国新闻发展公司在北京联手成立了中国第一家公共关系公司——中国环球公共关系公司。

1987 年，中国公共关系协会成立，1991 年，中国国际公共关系协会成立。随着行业自律组织的建立，公共关系行业的服务质量标准逐渐统一，从业人员的职业等级、职业特征、职业培训及职业道德逐渐形成一套科学的体系，从业人员行为不断规范。

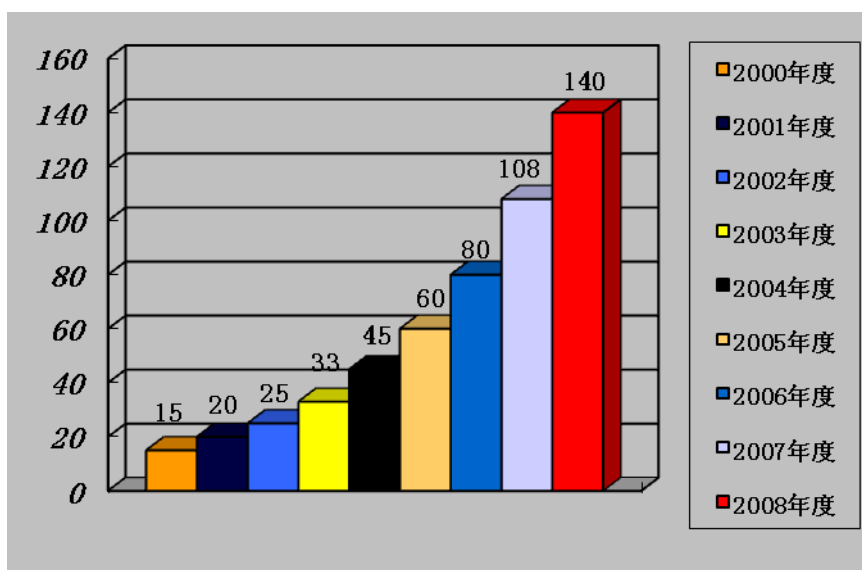
随着外资公司进入我国市场及本土公司创立发展，我国的公共关系行业已经有了实质性的飞跃。目前我国许多大型企业里都设置了公共关系相关职能部门，国内专门从事公共关系服务的公司已超过 3,000 家，而且政府也开始聘请公共关系公司提供公共关系服务。比如加入 WTO 的申请，北京奥运会的申办，上海世博会的申办等，都聘请了公共

关系专业机构提供公共关系服务。此外，国内许多高等院校也都开设了公共关系专业课程，为公共关系服务行业培养了高素质的专业人才。

（2）行业的规模及发展情况

虽然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。

2000年至2008年中国公共关系年营业额比较图¹（亿元人民币）



根据中国国际公共关系协会《中国公共关系业 2008 年度调查报告》(以下简称“2008 年行业年度报告”), 2000 年国内公共关系年营业额仅 15 亿元人民币, 2004 年已达 45 亿元人民币, 2006 年突破 80 亿元人民币, 年增长率超过 30%, 2007 年达到 108 亿元人民币, 年增长率超过 35%, 2008 年已超过 140 亿元人民币, 年增长率为 29.6%, 近三年年增长率达到 32.64%。

（3）行业特点

根据中国国际公共关系协会发布的行业调查报告, 我国公共关系服务内容主要包括: 传播顾问、媒体执行、品牌传播、产品推广、整合传播、危机管理、活动管理、事件营销、网络公关、数字媒体营销、政府关系及企业社会责任服务等。其中, 传播顾问、媒体执行、活动管理和整合传播是目前我国公共关系公司的主营业务。

①行业增长迅速

¹ 公关公司工作委员会 2009 年度第一次工作会议, 《中国公共关系业 2008 年度调查报告》[R], 2009

我国公共关系市场发展迅速，营业收入逐年增长。2000年至2008年我国国内生产总值的平均增长速度14.87%，同期公共关系行业年营业额平均增长速度32.21%，远远高于国内生产总值的增长速度。

我国2000~2008年GDP与公共关系营业额比较表

项目	国内生产总值		公共关系营业额	
	规模(亿元)	年增长速度	规模(亿元)	年增长速度
2000年	99,215	-	15	-
2001年	109,655	10.52%	20	33.33%
2002年	120,333	9.74%	25	25.00%
2003年	135,823	12.87%	33	32.00%
2004年	159,878	17.71%	45	36.36%
2005年	183,085	14.52%	60	33.33%
2006年	209,407	14.38%	80	33.33%
2007年	246,619	17.77%	108	35.00%
2008年	300,670	21.92%	140	29.63%
年平均	-	14.87%	-	32.21%

注：GDP数据来源国家统计局，未扣除通货膨胀因素；公共关系专业数据来源于2008年行业年度报告。

随着我国经济的持续稳定增长、北京奥运会的成功举办和即将到来的2010年上海世博会等，我国公共关系行业将会打开巨大的市场空间，预计未来10年国内公共关系行业将会保持超过15%的速度快速发展。

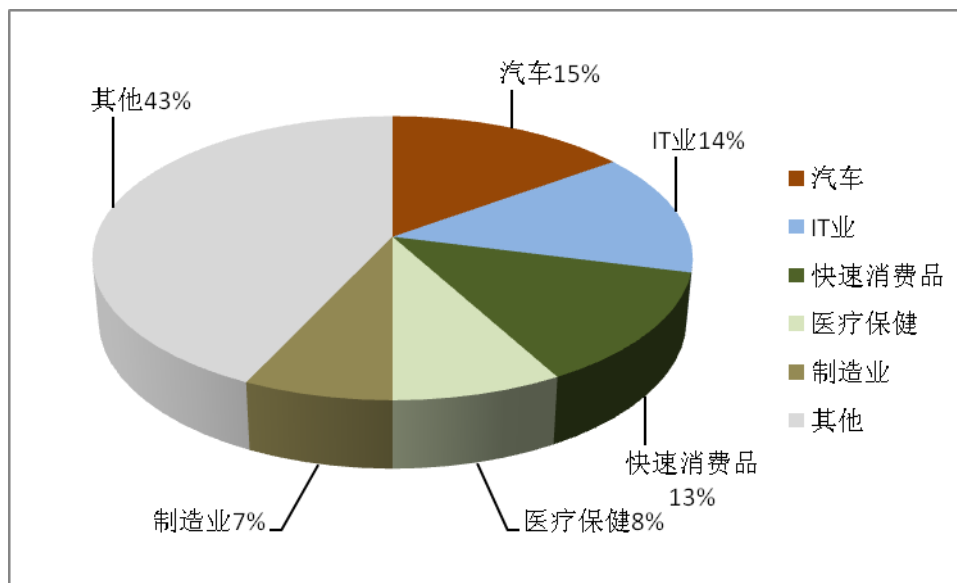
②专业人才缺乏、流动率较高

公共关系行业对专业人才的需求较大，而目前国内专业人才供给不足，使得专业人才匮乏，同时也使得行业人员流动率较高。根据《中国公共关系业2007年度调查报告》（以下简称“2007年行业年度报告”）业内综合实力前20的外资公司和内资公司人员年流动率平均在20%以上，其中部分公司的流动率达到26%，绝大多数员工的平均留任时间为2~3年，行业专业人员流动率较高。

③客户所处行业分布较为集中

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、IT等行业对公共关系的需求较为显著，公共关系服务的客户行业分布较为集中。根据2007年行业年度报告，汽车、IT、快速消费品、医疗保健以及制造业位列公共关系服务市场前五位，市场份额分别为15%、14%、13%、8%和7%，金融、互联网、

通讯、旅游以及房地产均占有一定市场份额，公共关系服务市场有向其他行业拓展的趋势。



④客户地域分布较为集中

在地域分布上，国内公共关系市场目前仍集中在一线城市。根据 2007 年公共关系行业报告显示，北京、上海、广州、成都 4 个大型城市为公共关系的主要市场，其中北京地区汇集了 75% 的公共关系公司，上海则是除北京之外设立办公室最多的城市，广州、成都当地市场也表现活跃。随着我国城市化速度的加快以及二、三线城市经济的发展和消费能力的提高，二、三线城市对公共关系的需求逐渐加大，公共关系公司也在这些地区迅速发展起来。

⑤客户性质多为企业

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。

⑥外资收购频繁

目前，海外公共关系公司在我国的频繁并购给国内公共关系公司带来较大压力。奥美公关收购了西岸公关，宏盟集团收购了宣亚，埃德曼收购了帕格索斯。相比外资而言，国内公司融资手段较为单一，将影响自身成长速度和市场地位，进而影响公司未来收入规模持续增长的稳定性。

(4) 行业的发展趋势

根据从 2000 年至 2008 年公共关系行业的发展经验来看，未来的公共关系行业发展将呈现以下主要特征：¹

第一，国内公共关系市场将呈现一线城市带动二、三线城市的态势。北京、上海、广州、成都 4 个主要市场仍将保持良好的发展势头，上海市场和成都市场的发展速度将超过全国平均数；随着我国城市化速度的加快以及二、三线城市经济的发展，主要客户将会把更多的公共关系支出投向二、三线城市，公共关系公司也将在这些地区大量涌现出来。

第二，国内公共关系的国际化程度进一步加深。未来国内公共关系市场将进一步对外开放，将有更多的跨国公司以合资或独资形式进入中国市场，公共关系服务将进一步延伸和规范，随着国际资源与本土资源之间合作加强，本土公司将加快整合业务资源的步伐，公司间并购将日趋成熟，整体实力将进一步增强，行业集中度也将提高。

第三，服务领域更加突出，客户范围将进一步扩大。目前，作为公共关系主要消费市场的耐用消费品、快速消费品、IT 和通讯行业将进一步得到巩固，医疗保健、房地产、金融、文化体育、公共事业将成为新的市场热点，政府和非盈利机构的专业服务需求将日益增多。

第四，服务模式进一步成熟。战略传播、活动管理、营销传播等仍将是未来公共关系服务的主要手段，危机管理、事件营销、网络公关、战略咨询、增值服务、公共关系培训以及企业社会责任项目等将得到高度重视，重大行业会展活动和大型文化体育活动的策划、管理和传播业务将推动整合营销传播等专业工具和服务手段的不断完善。

第五，新型服务方式将深入开发。专业服务的技术研发和新型服务手段的采用，将促进公共关系服务与营销、广告等其它咨询业务的融合，进一步开发数字营销、数据库营销和网络营销等业务的开发和推广，促进公共关系服务市场的繁荣。

（五）公共关系行业的上下游关联情况

1、公共关系行业的上游情况

公共关系行业的上游行业为传媒行业。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广告类版面或栏目用于品牌传播或产品推广，因此，传媒行业是公共关系行业的上游行业。

¹陈向阳，《公共关系顾问专业指南》[M]，合肥：安徽人民出版社，2004，第 24 页

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。

2、公共关系行业的下游情况

作为现代服务业，公共关系行业的下游为客户，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。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。

近三年来，我国公共关系行业的客户主要集中在汽车、消费品、IT、金融等行业，上述行业的发展对公共关系行业的影响较为直接，其增长速度远远高于同期国内生产总值的速度，使得公共关系市场伴随上述行业的高速增长而进一步扩大。

随着公共关系行业的客户拓展，客户所在行业已经开始从单一的IT业，拓展到消费品、金融、医药等行业，使得原先单一行业对公共关系行业的影响越来越小。

三、发行人所处行业竞争情况

（一）行业的竞争格局及市场化程度

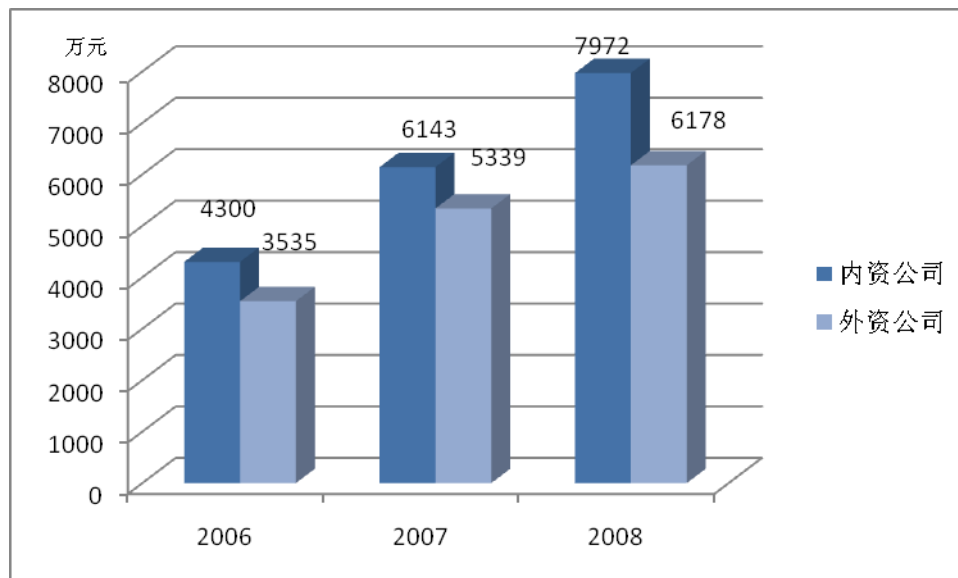
1、行业市场化程度高，竞争激烈

我国公共关系市场化程度较高，公司数量多且规模小，竞争较激烈且呈高度分散状态。截至2006年底，全国专业公共关系公司已超过3,000家，从业人数超过10万人。大多数公共关系企业规模普遍较小，据统计，目前30人以下的公司占公司总数的62.5%；经营未满5年的公司占公司总数的54.7%，5到10年的公司占34.4%，10年以上的公司10%左右。¹

¹ 齐小华，《中国公关行业调查报告》[R]，北京：社会科学文献出版社，2006

2、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。在我国，内资公司和外资公司（包括外商独资和合资）无论是客户资源还是人力资源上竞争都较为激烈。根据 2008 年公共关系行业年度报告调查，近 3 年，内外资公司营业收入增长迅速，齐头并进，形成“内资与外资”平分天下的格局。



内外资公司年均营业额比照

3、行业竞争进入整合阶段

目前，我国公共关系行业已经进入并购整合阶段。而随着我国经济全球化不断深化，更多的海外公共关系公司也开始涉足国内市场，而海外公司进入国内市场最常用的方式是通过并购方式。近 3 年，外资公司业已并购了国内多家公共关系公司，而随着外资公司并购热潮的到来，本土公司也逐渐意识到行业整合的趋势，开始通过并购方式增强自我实力，拓展自身的市场。整个公共关系行业已经进入到产业整合阶段。

（二）主要竞争对手情况

中国公共关系行业经过最近 10 多年的发展，产业发展的层次和服务水准从量到质都有了根本的提升，也涌现出许多发展迅速、市场占有率较高的公共关系公司。根据中国国际公共关系协会近两年的年度行业调查报告，行业内排名前 20 的公司情况如下：

2007年、2008年国内年度TOP20公司（按公司品牌英文名排序）¹

2007年	公司名称	公司类型	2008年	公司名称	公司类型
1	信诺传播	内资	1	信诺传播	内资
2	安可顾问	外资	2	安可顾问	外资
3	蓝色光标	内资	3	注意力	内资
4	博雅	外资	4	蓝色光标	内资
5	迪思传播	内资	5	博雅	外资
6	时空视点	内资	6	迪思传播	内资
7	福莱国际	外资	7	福莱国际	外资
8	际恒公关	内资	8	际恒公关	内资
9	海天网联	内资	9	海天网联	内资
10	伟达	外资	10	伟达	外资
11	智扬公关	内资	11	智扬公关	内资
12	凯旋先驱	外资	12	凯旋先驱	外资
13	灵思传播	内资	13	灵思传播	内资
14	新势整合	内资	14	传智整合	内资
15	东方仁德	内资	15	新势整合	内资
16	奥美公关	外资	16	奥美公关	外资
17	普纳营销	内资	17	普纳营销	内资
18	罗德	外资	18	罗德	外资
19	宣亚国际	内资	19	宣亚国际	合资
20	万博宣伟	外资	20	万博宣伟	外资

注：由于上述公司均为非公众公司，其市场份额、供求状况、利润水平及其变化情况均无公开统计资料，其排名是在各公司报送中国国际公共关系协会的年营业收入及中国国际公共关系协会对其业内知名度、客户情况、专业品质等项目综合考量来确定的，且其排名不分先后。

主要公共关系公司²简介：

1、奥美公关

奥美公关于1980年在美国纽约成立。1995年开始在中国大陆设立分公司，在北京、

¹公关公司工作委员会2009年度第一次工作会议，《中国公共关系业2008年度调查报告》[R]，2009

²此处主要公共关系公司信息均来源于互联网

上海、广州、成都、深圳设有办公室，专长于以下六大领域：科技、医药保健行销、企业财经、公共事务、体育营销和消费者营销，目前已成为国内最大的外资公共关系公司之一。2002年，奥美公关收购西岸公关，这是外资公司并购内资公司的第一个案例，也是外资公共关系公司在本土化策略上迈出的第一步。

2、博雅公关

博雅公关于 1953 年在美国成立，是全球最大的公共关系和传播咨询公司之一，也是最早进入中国的国际公关公司之一。1986 年博雅公关和新华社合作成立了中国第一家专业公关公司——中国环球公关公司。目前，博雅中国通过其在大中华区内的北京、上海、广州和香港办事处，为客户提供公共关系与传播方面的全方位咨询和服务。

3、伟达公关

伟达公关成立于 1927 年，总部设于美国，是世界上最早的专业公共关系公司，在 41 个国家拥有 71 个办事处。伟达公关曾与国际奥委会有过 6 年的合作。1997 年，伟达公关协助雅典成功申办 2004 年奥运会，北京 2008 年奥运会的传播顾问，协助伦敦成功申办 2012 年奥运会。1984 年，伟达公关进入中国市场，在北京、上海和广州设有办事处。伟达公关与奥美公关、博雅公关均为世界第二大传媒集团——WPP 集团旗下的专业公共关系公司。

4、万博宣伟

万博宣伟是 IPG 传播集团中的一员，1993 年进入中国市场，分别在北京、上海、广州设有三个办事处，万博宣伟曾经为北京申办 2008 年奥运会提供了专业的公共关系业务支持。目前万博宣伟服务的长期客户有：万事达卡国际组织、宝洁、安捷伦科技、霍尼维尔、日立环球存储等知名企业。

5、罗德公关

罗德公关是世界上最大的独立公关公司之一，成立于 1948 年，总部位于美国纽约，目前客户超过 250 家，营业额超过 5,000 万美元，在世界各地拥有 800 多名员工。已经进入中国发展业务 12 年之久，在北京、上海、广州和香港设有办事处，为许多行业的著名跨国公司开展公共关系活动，具有在全国各地管理公共关系项目的丰富经验。

6、迪思传播

迪思传播成立于 1996 年，是我国较大的传播集团之一，综合排名连续六年跻身行

业前列。旗下的迪思公关以北京为总部，在上海、成都、广州设有分公司；在重庆、合肥设有办事处。

7、海天网联

海天网联成立于 1995 年，是我国本土较大的市场营销传播机构之一，在全国范围内拥有 4 家分支机构，200 多名员工，服务分布于各个行业内的国内外众多知名品牌，并建立了良好声誉。

（三）进入本行业的主要障碍

1、品牌效应

公共关系行业属于现代服务业，为客户提供品牌和组织形象的塑造服务，因此自身拥有良好品牌形象的公司往往更容易受到客户的青睐，其背后往往代表着业务的品质、人员的素质、服务的经验等多个因素的综合表现；同时，创立一个知名品牌需要长期大量的投入，需要案例等丰富经验的积累，并形成优良的口碑。这对于新入企业短期内难以实现。

2、客户基础

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

3、人力资源

公共关系行业主要依靠专业人员为客户提供专业服务。业内专业人才的供求具有人才紧缺、流动性高的特点，优秀专业人才的流动也倾向于知名度高、待遇较好的企业，这对于新进入公共关系行业的公司招聘专业人才方面形成了一定障碍。

4、公司规模

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

5、资源积累

公共关系公司为客户提供服务需要与传媒进行大量沟通，并与这些媒体建立良好的沟通渠道以形成自己的媒体资源，因此，强大的媒体资源成为了一个公共关系公司的重要资源之一。媒体资源和其他社会资源很难在短期内积累起来，需要长时间的行业运作和广泛的社会资源才能逐渐形成自身的资源网络。

（四）发行人的竞争地位

在公共关系行业里，公司在经营规模、业务收入、客户质量、业务网络和人才培养上都居行业领先地位。

1、2008 年公司员工数量 600 多人，业务收入约 3.3 亿元，而据统计，同期公共关系行业前 20 强的平均年营业额是 1.12 亿元，仅此一项就比同行业平均水平高出 2 倍，根据中国国际公共关系协会数据测算，发行人 2008 年、2007 年、2006 年三年市场占有率分别为 2.36%、2.19%、1.86%，市场占有率不断增加，公司成长快速。

2、公司客户较为稳定，客户服务年限较长，其中联想和思科的服务年限已达 12 年之久，公司客户大部分为跨国公司，信誉优质，业务稳定。公司客户分布较为广泛，不仅在 IT 领域，在汽车、消费品、通讯、金融、房地产等多个行业都拥有稳定客户，在防御风险方面也要胜过行业内的其他企业。

3、公司业务量充足。以 2008 年为例，公司年业务项目达到 3,000 个，庞大的业务量积累了丰富的专业知识和业务经验。公司在行业年度报告中始终排在 TOP20 之列，并荣获多项专业奖项，在业内影响力较大。

4、公司目前在全国 24 个地区设立分、子公司及办事机构，形成了遍布全国的业务网络，在国内同行业处于领先地位，是唯一一家拥有覆盖全国网络的公司。

5、公司是高等院校专业人才的实习基地。公司参与了高校人才培养计划，每年接纳高校人员工作实习，累计已经接纳 100 多人，为公共关系人才培养作出了一定贡献，也为公司的人才培养提供了培育基地。

（五）发行人的竞争优势和劣势

1、竞争优势

公共关系公司的客户在选择公共关系服务供应商时，最看重的是公司提供服务方案的执行力，其次是方案的创意和团队的经验，而对服务价格等方面的因素并不是很敏感。

公司在执行力、方案创意、团队经验上优势较为突出，核心竞争力较为显著，主要表现在以下几个方面：

(1) 成长优势

公司自品牌创立以来，连续多年保持高速增长：公司员工从最初不到 10 个人发展到目前的 600 多人；业务网点从北京 1 处扩张到包括北京、上海、广州、香港等全国 24 个城市和地区；客户数量从几家发展到目前拥有超过 200 家优质客户；年营业收入从 100 多万元增长到 2008 年约 3.3 亿元，年均增长速度超过 30%。

目前在我国公共关系行业，公司已经成长为最具竞争优势的公司之一，未来仍将保持较高速的发展态势。

(2) 管理优势

公司治理结构和管理建设较为合理规范，主要表现在以下方面：

第一，公司从蓝色光标品牌创立开始，股东持股比例较为稳定平均，使得公司经营决策更加谨慎合理，公司管理更加有效，执行力较强，避免了国内一些企业一股独大的公司治理缺陷。

第二，公司管理骨干和业务骨干在司工作时间平均超过 8 年以上，均从公共关系服务基层做起，业务技术熟练，管理经验丰富，对市场趋势的把握较敏锐，保证公司经营决策的高效性。

第三，公司领导层的业务能力得到公司员工普遍认同。近几年公司业务增长显著，规模逐年扩大，业内名气越来越高，显现出领导层的卓越的团队管理能力，提升了员工士气，增加了公司凝聚力。

第四，公司非常重视公司管理系统的建设，目前已构建完成符合公司业务特点的信息化管理平台，提升了公司管理水平，以保持公司管理的高效性。

(3) 人才优势

作为现代服务业，公司拥有行业最核心的智力资源——人力资源，公司在行业竞争中具有人才优势，主要表现在以下方面：

第一，公司管理层业务能力强。公司的高级管理人员和主要核心人员均在公共关系行业从业多年，具有丰富的市场经验和稳定的客户群。

第二，公司业务人员成长速度，业务素质普遍较高。公司建立了人性化培训机制，为新员工提供“导师制”的帮带制度，使其尽快成熟独立开展业务；公司还建立了“案

例共享系统”，建立项目与案例、员工与专家的对话机制，激发员工思想火花；公司人性化的培训机制加快了公司新员工向业务专家的转换速度，提升了公司员工整体的业务素质。

第三，公司员工工作富有热情。公司通过企业文化和员工入股机制加强员工的凝聚力，使员工在认同公司企业文化的过程中形成主人翁意识，同时分享公司高速成长的利益，最大程度的激发员工的工作积极性，保持管理团队和业务团队稳定性。

第四，公司业务团队士气充沛，战斗力强。公司薪酬制度具有较强的竞争力，处于国内同行业中上水平；公司福利制度较为人性化，除法定福利制度之外，公司还执行具有特色的福利制度，例如健康基金、爱心基金、郁闷假期等，在保障员工物质需求的同时，丰富员工精神需求。人性化的制度设计使得公司形成了在业内具有超强士气和战斗力的专业服务团队。

第五，公司员工业务水平较高，特别是方案设计具有创意。由于公司企业文化较为人性化，对员工发展束缚较少，扩展了员工的发展空间，并且公司对员工进行定期的业务培训，营造了学习型组织文化，员工在亲和的环境下，凭借专业的知识基础，容易产生创意和灵感，进而提升了业务水平。

(4) 创新优势

作为现代服务业，公司在自主创新方面主要表现为以下三点：

第一，公司设立时，国内公共关系市场基本由外资公司垄断，但外资公司服务模式不符合我国商业习惯，致使市场发展迟缓。公司根据我国国情，创造出的一套较为灵活的服务模式，避免了外来服务模式水土不服的不足，打破了外资公司垄断的局面，活跃了国内公共关系市场。

第二，公司是行业内第一家成功改制为股份公司的企业，是第一个在国际评选中获得荣誉的本土企业，是第一家使用资本并购手段谋求发展的本土企业，是唯一一个在全国建立了业务网络的企业。诸多的第一正是公司依靠不断的创新而获得的。

第三，公司利用互联网技术，率先将公共关系服务与网络技术融合集成，创建了国内最早的互动营销部，是公共关系服务手段的创新。公司利用各种新媒介、采用互联网传播技术服务于客户，在短时间内形成了超过 70 人的专业团队，业务收入已经从百万级增加至千万级，巩固了公司在公共关系领域的领先地位。

(5) 经验优势

公司已经从事公共关系服务十余年，通过大量成功案例积累了可复制的业务经验。其中，部分案例评为中国公共关系案例大赛金奖，为开展业务提供了较好的借鉴经验。

公司通过内部局域网建立知识分享系统，将成功案例形成教案，与公司员工共享，充分运用公司经验成果培养人才，形成业务梯队。公司凭借丰富的经验和专业的人才梯队，形成了公司自身特有的方法体系，得到了客户的认可和赞同，奠定了自身的品牌基石。

（6）客户优势

虽然客户选定公共关系公司的标准较严格，但公司的卓越执行力、优良服务品质及丰富行业经验赢得了客户的认可。目前，公司现有客户多数为各行业的龙头企业，根据美国《财富》最新公布的 2009 年全球 500 强名单，前 500 强中有 25 家企业为公司客户。目前客户主要有：

行业分类	IT 业	互联网	汽车业	家电业	化工	食品	其他
主要客户名称	联想、微软、思科、AMD、佳能、诺基亚、索尼爱立信、三星	腾讯、百度	克莱斯勒、广汽丰田、宝马	西门子、博世、康佳、索尼	杜邦、壳牌	美赞臣、娃哈哈、雪花啤酒、箭牌	雅诗兰黛、摩根斯坦利、辉瑞制药、家乐福、GSK、ABB、

（7）品牌优势

公司旗下拥有蓝色光标、智扬公关和欣风翼三个品牌，尤其蓝色光标在业内口碑较高。另外，蓝色光标和智扬公关品牌在中国国际公共关系协会历年的 TOP 公司排名中名列前茅，并且在最近 4 届公共关系案例大赛中共夺得 7 个金奖，16 个银奖和唯一一个杰出公共关系大奖。

作为公共关系行业的本土领军企业，公司创造了我国公共关系行业的多个第一：

- 2006 年，荣获亚太权威营销杂志《Media》“年度最佳专业公司”大奖，成为首获亚太公共关系大奖的中国本土公共关系企业；
- 2007 年，公司名列全球专业公关公司排名 250 强第 75 位，成为唯一入选全球公共关系企业百强的中国本土公共关系企业；
- 2008 年，被美国权威机构霍尔姆斯评为 2008 年度大中华区最佳公共关系公司；
- 2009 年，在《福布斯》中文版 2009 中国潜力企业名单中排名第 122 位，成为唯一入选的公共关系公司；
- 2009 年 7 月 10 日，被评选为“清科-2009 年中国最具投资价值企业 50 强”。

(8) 业务网络优势

目前，公司已在全国 24 个地区建立了服务网点，业务网络架构辐射面广，是目前国内唯一一个辐射全国的业务网络。该业务网络一方面能够满足现有客户在全国开展业务的需要，提高客户服务质量；另一方面也有利于开拓当地潜在客户，为公司“地域拓展”的发展战略奠定了基础。

2、竞争劣势

(1) 公共关系策略和方法论有待提高

由于国外公司发展历史长，理论积累丰富，在传统业务开展过程中采用公共关系策略和方法论方面较为娴熟，对公共关系理论的指导功能运用的较为熟练。国内公共关系公司在公共关系策略和方法论上稍逊于外资公司。国内公司成立历史较短，对方法论等公共关系理论研究较为不足，导致在公共关系策略和方法论上较为落后。随着业务技术的快速发展，公司公共关系策略和方法论方面进步明显，在新业务和新技术手段的创新方面形成一定实力，例如在互联网传播技术方面的创新，推动公司在互联网服务方面已经达到行业领先水平。

(2) 全球网络布局不足

公司业务现仅局限在中国大陆，在国外未建设服务网络。由于目前部分跨国公司的中国业务订单由总部在其总部所在地选择合作方签订，因此公司全球业务网络布局的不足，造成部分业务丢失，对现有国内客户的海外业务扩展也无法提供相应的服务。

(3) 融资渠道单一

目前国内中小企业的融资渠道较为单一。由于国内融资渠道少，相对于国有企业和外资公司，国内中小企业在融资渠道上处于劣势。公共关系企业由于其轻资产的特点，本身固定资产较少，无法满足为银行融资提供抵押担保的条件，导致融资渠道更加单一。

四、影响发行人所处行业发展的相关因素

(一) 有利因素

1、消费时代“品牌为王”意识的树立促进公共关系行业发展

改革开放 30 多年来，随着市场经济的发展和国际贸易的增长，我国已经成为世界的“制造工厂”，但是我国企业目前自有知名品牌较少，企业发展严重缺乏品牌含量的

支撑，产品附加值低，后劲不足。

随着“品牌时代”的到来，“品牌为王”的意识深入人心，尤其是本土民族企业更加认识到品牌的价值和作用。许多企业开始注重自有品牌的建设，加大民族品牌的推广力度。塑造“中国品牌”，由世界“制造工厂”转向世界“品牌工厂”，成为一种客观的历史新潮流，特别是大型企业对品牌建设方面的需求愈加强烈。

另外，经济全球化的发展趋势，使得外资企业在开辟我国市场的过程中，迫切需要以品牌推广作为市场开拓的排头兵，来扩大自身品牌的影响度，提升市场占有率。

2、信息技术革命促进公共关系行业发展

20世纪90年代以来，新传播技术的兴起，引起了一场以信息爆炸为特点的信息技术革命。随着互联网时代的到来，网络传播扩大了信息量，导致有效信息的传递速度越来越低，企业仅靠自己宣传自身品牌，其难度越来越大。

在数量繁多的信息交流中有效传递品牌宗旨，扩大品牌影响度，就需要专业的服务机构协助企业实现这一目标。特别是，在危机事件中，解释事件原因，澄清客观事实，保证信息沟通顺畅，减少误导信息的危害，也需要专业机构的优质服务才能更好地树立和维护良好的品牌形象。信息技术革命一方面为公共关系服务提供了更为先进的技术手段，另一方面也使得公共关系的效果更加明显。

目前品牌管理最常用的两大传播手段为公共关系和广告。广告的特点是强迫式宣传，其被动、单一、自夸式的宣传形式使消费者逐渐产生厌恶感，形成心理上的潜在抵触；同时，消费者的消费行为逐渐趋于理性，更加注重产品信息的多方面沟通。这时，广告的营销效果呈现弱化趋势，而公共关系服务则以其互动性、反馈性迎合了消费者心理，获得了最佳的营销效果，即所谓的“公关第一，广告第二”。

信息技术革命丰富了公共关系手段，突显了公共关系传播的平等性、双向性、反馈性的优势，迎合了消费群体信息双向性、传播互动性的需要，成为品牌传播的加速器。

3、国家战略政策促进公共关系行业发展

随着改革开放的不断深化，我国经济开始结构调整，发展重点向第三产业转型，使得现代服务业成为这一转型背景下的宠儿。作为现代服务业，公共关系服务能够协助企业增加品牌的美誉度，刺激社会消费，促进内需的增长。借助产业政策调整的“东风”，公共关系行业将获得更多的市场机遇，促使行业的发展。

另外，汶川地震之后，我国政府加强了对国家公关战略的重视。2009年4月，国家

制定了国家公关战略，更加重视国家形象的树立和维护，鼓励经济“走出去”，实现经济全球化，推动主要传媒机构向外扩张以争夺话语权，努力增强文化软实力，进一步提升我国国家形象。国家政策的导向为公共关系的发展营造了和谐的发展环境，有利于公共关系行业的发展。

2009年7月22日，国务院通过《文化产业振兴规划》。振兴规划主要内容为：坚持以体制改革和科技进步为动力，增强文化产业发展活力，提升文化创新能力；坚持推动中华文化发展与吸收世界优秀文化相结合，走中国特色文化产业发展道路；坚持以结构调整为主线，加快推进重大工程项目，扩大产业规模，增强文化产业整体实力和竞争力。

4、跨国公司的示范效应

随着经济全球化，内资企业开始学习或效仿国际先进公司的运营经验，尤其是跨国公司采购公共关系服务的示范效应使得内资公司对公共关系的认识程度进一步加深。跨国公司一般都设置固定的公共关系预算用于提升公司的品牌价值。内资公司在学习优秀跨国公司经验的过程中，逐渐认识到公共关系服务的重要性和有效性，已经开始逐步加大公共关系的支出，扩大了公共关系服务的市场需求。

（二）不利因素

尽管我国公共关系行业发展迅速，但仍存在某些制约行业发展的障碍：

1、国内企业对公共关系的认知程度较低

目前国内大多数公司对公共关系服务的认识仍旧处于朦胧的感性认知状态，认知程度较低。在品牌建设方面一般倾向于效用立竿见影的广告，而由于公共关系服务对客户服务的效果无法短期量化，导致公共关系服务无法满足部分客户重视短期回报的偏好，从而影响公共关系行业在国内市场的推广和发展。另外国内公众对公共关系服务的认知程度也普遍较低，对公共关系服务的内容和手段存在一定误解，对公共关系的市场开拓有一定的影响。

2、专业人才的相对短缺

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，因此专业人才是公共关系服务中的首要因素，也是公共关系公司的核心

资本。同时，公共关系服务是一套涉及社会科学、心理学、哲学、管理学、政治学等多个学科的庞大服务体系，新员工往往需要通过长期的培训和实践工作才能逐渐成长为专业人才。

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。根据 2007 年公共关系行业报告，业内综合实力前 20 的外资公司和内资公司人员年流动率平均在 20%以上，其中部分公司的流动率达到 26%，绝大多数员工的平均留任时间为 2~3 年，行业专业人员流动率较高；其次，专业人员的从业水准参差不齐，行业从业人员的专业经验和服务技术的知识共享有待加强，公司自身员工培训和培训体系无法满足业务快速增长带来的人员需求。专业人才梯队结构不合理也就成为了行业发展的瓶颈。

（三）当前经济危机对行业的影响

经济危机对公共关系行业产生了一定的影响，但相对于整体经济形势而言，影响程度并不严重。

1、客户需求方面

经济危机导致了一部分公共关系客户在经济危机中缩减了营销预算，包括公共关系支出，但是对公共关系行业整体影响程度较小。主要原因为：一是公共关系预算在企业的市场营销预算中通常占比很小，约为 5%，企业在削减预算时，较少波及公共关系预算，因此经济危机对公共关系行业的影响相对较小；二是跨国公司尽管在全球受危机的影响较大，但在中国境内业务的经营情况受影响程度普遍较小，有些公司在我国境内的业务处在业务发展和扩张中，相应的市场投入并未大幅减少，例如克莱斯勒，在美国虽然进入破产保护，但在我国仍保持相当的投入，2009 年上半年成为蓝色光标第六大客户。三是客户在危机下更加重视费效比，在对营销预算进行结构调整时，一般会采取大幅削减广告支出，维持或小幅增加公共关系支出的策略，这给经济危机环境下的公共关系产业带来新的机遇和成长空间。四是经济危机可能将潜藏在经济个体体内的问题瞬间放大，企业面临的自身危机骤然增多，对危机管理服务的需求随之增加。部分企业也会在危机管理的过程中，进一步认识到公共关系服务的重要性，从而增加公共关系支出。

2、人员需求方面

公共关系公司面对经济危机仍表现出较为乐观的预期。绝大多数企业认为经济危机可以促使公司进一步规范管理，舍弃劣质资产，促进业务服务提升，调整人才的分配和

储备，优化公司业务结构，提高经营效率。

目前，公共关系公司人力资源政策上均表现出较为积极的状态。根据《国际公关》的调查¹，2009年58%的公共关系公司将维持现状，37%的公司将稳定增长，只有5%的公司选择裁减人员。在部门人员需求方面，2009年公共关系公司57%的部门人员将维持现状，29%的部门将稳定增长，只有14%的部门选择减配人员。

3、应对经济危机的措施

在经济危机下，公共关系行业已经寻找到“过冬”的战略计划。第一，85%的公司开始调整思路，把客户重点转移到受危机影响较小的行业，如快速消费品、运营商和医药行业；第二，多数公司开始在危机下苦练内功，加大员工的培训力度，提高员工素质，厚积薄发；第三，尝试二三线城市开展业务，如东南沿海、环渤海地区等。

尽管经济危机的发展会进一步加剧对公共关系的影响，但是相对而言，经济危机对于中国经济的影响是暂时的，中国的消费市场还有很多成长空间；同时，国家实行拉动内需的刺激经济政策，给中国的消费市场提供了一个巨大的发展空间。在经济危机中，一些规模较小、服务单一、资金不足、人才匮乏、基础较薄弱的公共关系企业将加速萎缩，面临倒闭的风险，而对于专业能力强、资源丰富、服务优质的公司而言，经济危机会成为优化市场结构的难得机遇，灵活应变的公共关系公司将会在经济危机中获得快速成长的机会，占领更大的市场份额。

五、发行人的主营业务

（一）发行人的主营业务概述

1、发行人主营业务

公司的主营业务属于公共关系服务，核心业务是为企业提供品牌管理服务，主要内容为品牌传播、产品推广、危机管理、活动管理、数字媒体营销、企业社会责任等一体化的链条式服务。目前，公司客户主要为企业。

其中，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

¹ 孔琳，《金融危机下公关市场调查》[J]，《国际关系》2009年4月总第26期，第10页

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。

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。

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。

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、新品发布会、巡展等。

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提供整合推广服务。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。

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。

另外，公司围绕品牌管理，为客户提供企业领导人形象管理、意见领袖管理、互联网声誉管理、舆情剪报收集整理等服务。

2、公共关系与广告的联系与区别

公共关系与广告是市场推广的两大主要有效手段。两者均能扩大品牌的知名度，深化品牌的认知度，提升品牌的美誉度，扩大产品销量，提高市场占有率。同时公共关系与广告又存在一些差异，这些差异主要表现在以下几个方面：

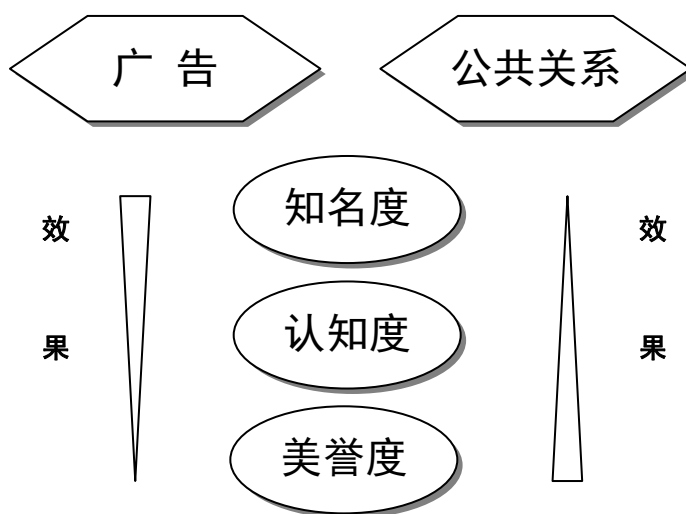
第一，从主体上讲，广告在绝大多数情况下是为企业服务的。公共关系不但可以为

企业服务，而且也能为政府及非政府组织服务。

第二，从内容上讲，广告是指为了一定的目的，在规定的时间内，由指定的媒体，将信息以直接的方式传播出去的一种单向交流活动。而公共关系不但包括信息向外传播，而且还包括信息的双向流通，双向反馈，并且传播方式并非广告式的直接方式。

第三，从目的上讲，广告主要倾向于短期的产品宣传，公共关系则多数侧重于长期的品牌形象塑造。业内有句俗语“广告是让人去买，公关是让人去爱。”

第四，从服务效果上讲，广告与公共关系在品牌知名度、认知度和美誉度的塑造效果方面存在一些不同。在品牌建立和品牌传播阶段，品牌侧重于从无到有的塑造，需要扩大传播辐射面，在此阶段，广告优势较为突出；在品牌传播和品牌维护阶段，品牌的辐射面已经展开，需要维持和拓展原有的市场和客户，深化品牌的认知度和美誉度以及消费者的忠诚度，公共关系由于自身特点容易让人接受，在品牌美誉度和认知度方面表现得更为有效。在知名度、认知度和美誉度上，广告的表现效果逐次递减，而公共关系的表现效果逐次递增。



第五，从手段上讲，广告常使用广播、电视、报纸、杂志及其他平面媒体，而公共关系不但利用平面媒体，而且还采用结合事实策划方案等活动载体，而且这种活动载体往往比平面媒体效果更好。

第六，从成本支出上讲，广告需要数目不小的成本支出，而公共关系活动尽管也需要成本支出，但某些情况下成本支出较少或几乎没有。

另外，公共关系服务除提供专业的咨询外还要帮助客户完成一系列的执行工作，这就需要调动广泛的社会资源，制定全面的策划方案，维护客户品牌形象，提升其品牌的价值。

3、品牌及其作用

公共关系在企业经营中的作用主要是通过品牌管理予以实现的，品牌的作用是不言而喻的。品牌是企业的一种象征，也是消费者对其产品或服务的印象。成功的品牌能够加速企业的发展，扩大市场的份额，其价值是任何有形资产不能比拟的。

随着现代商品经济的发展，品牌越来越突显其举足轻重的作用。当品牌成为名牌后，品牌为企业带来巨大的影响力。一般表现为：聚合效应、磁场效应和凝聚效应。

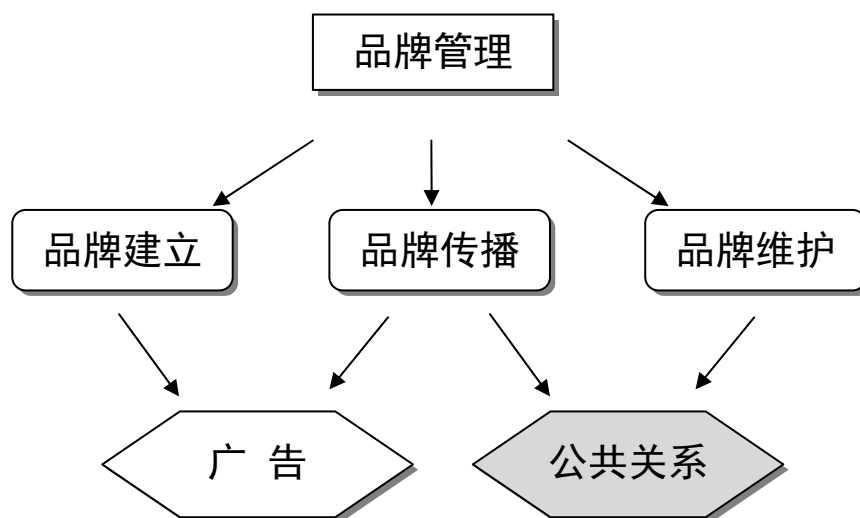
第一，聚合效应。名牌企业在资源方面会获得社会的认可，社会的资本、人才、管理经验甚至政策都会倾向名牌企业，使企业聚合了人、财、物等资源，形成促进公司发展的有利物质基础。

第二，磁场效应。名牌企业拥有较高的知名度和美誉度，吸引消费者关注，在消费者心目中树立威望，培养对其品牌的忠诚度。品牌实力进一步巩固，形成了品牌的良性循环。

第三，凝聚效应。名牌企业会增强企业的凝聚力，使其员工产生自豪感和荣誉感，形成一种企业文化，激发员工士气，提高工作效率和经营效率，形成促进公司发展的精神文化基础。

拥有优秀的品牌意味着拥有高附加值的产品、巩固的市场、长期的利润和广阔的发展空间。品牌已经成为企业经营发展的加速器，是企业永续发展的可靠保证，是企业最有价值的资产，这已经成为所有企业的共识，因此，企业也越来越重视品牌的塑造和维护，对品牌管理等公共关系服务的需求也愈来愈大。

4、品牌管理与公共关系的关系

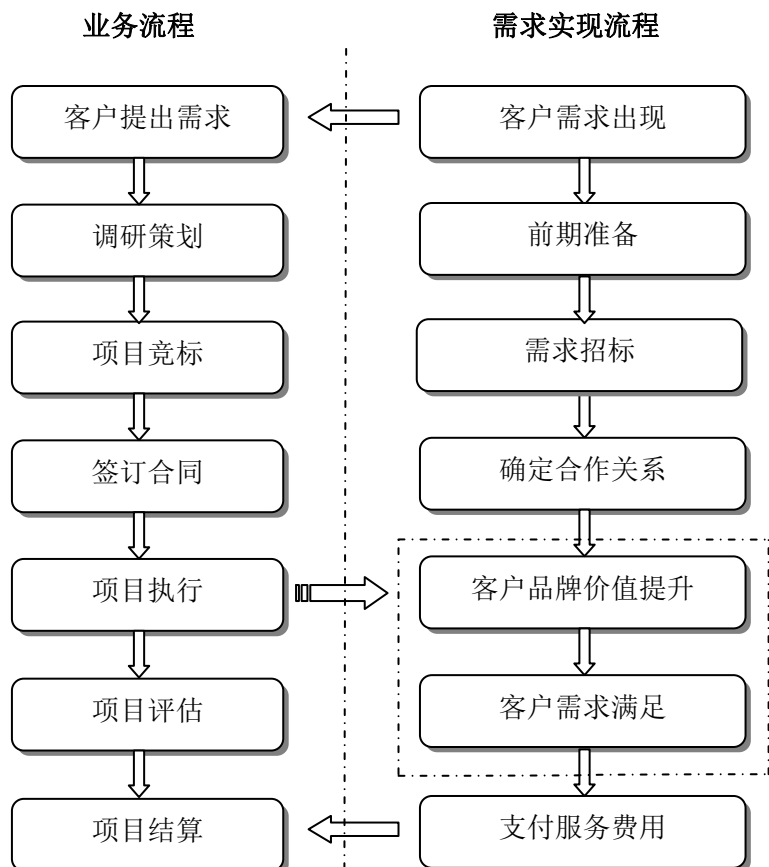


品牌管理从阶段上分类包括品牌建立、品牌传播和品牌维护。品牌管理是通过全面统筹的策划,对企业品牌施加一系列合理科学的管理活动,以提升其品牌的价值影响力,从而扩大企业市场,树立企业形象。品牌建立是从无到有的品牌形成,树立企业旗帜,形成企业自身的归属感;品牌传播是指从小到大的品牌培育,是企业特色载体的传承;品牌维护则是良好形象的保持,是优质品质的延续。品牌维护对已建立的品牌,通过各种手段,加强品牌与消费者的沟通,增加品牌的美誉度,提高消费者对品牌的忠诚度,从而提升品牌的价值。广告和公共关系在品牌建设不同阶段都能发挥作用,但效果有所不同。其中广告在品牌建立和品牌传播阶段起主要作用,而公共关系则在品牌建立以后的品牌传播和品牌维护方面发挥重要作用。

公司主营业务所指的品牌管理是指与公共关系服务相关的品牌传播和品牌维护,如上图以灰色表示。如果从内容上分类,公司的主营业务包括品牌传播、产品推广、危机管理、活动管理、数字媒体营销、企业社会责任等服务。

(二) 发行人的业务流程

公司的主营业务内容较多,但公司从事的服务均为公共关系服务,其流程均按照公司统一的业务流程执行。公司的业务流程如下图:



第一步，客户提出需求

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

第二步，调研策划

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

第三步，项目竞标

客户提出招标条件或标准，服务团队根据客户竞标的要求，向客户提交竞标方案，对竞标方案进行陈述，接收客户质询。

第四步，签订合同

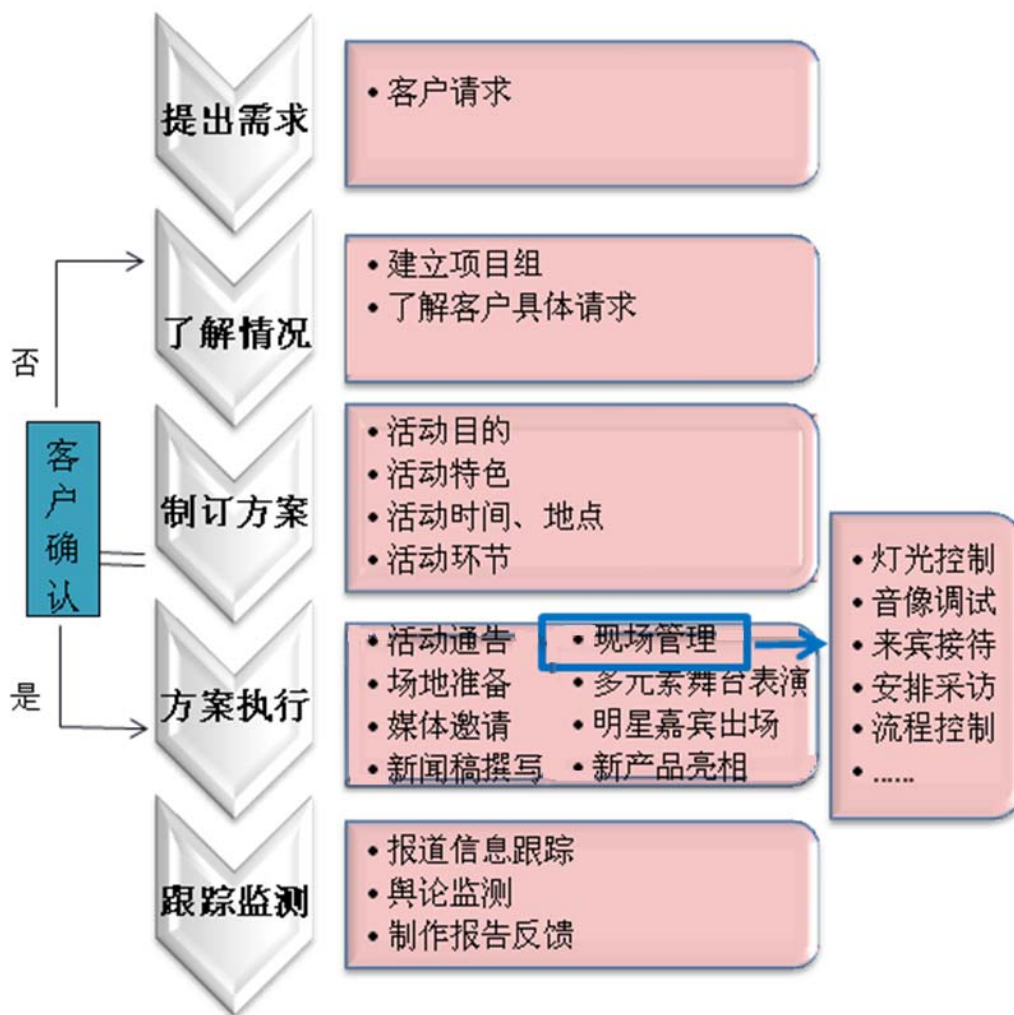
客户确认我方的竞标方案后，服务团队与客户签订服务合同，确立合作关系；同时制定公司内部项目预算，逐级报批。

第五步，项目执行

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

现以新品发布会为例，介绍公司活动管理服务的具体内容：

首先客户提出新品发布的需求，公司建立项目组，对客户新产品的特点和亮点深度挖掘，突显产品内涵，并根据产品内涵制订活动方案，包括活动的主题特色、活动时间和地点、活动举办环节等，方案经客户确认后，公司调配人力、物力执行活动方案，包括活动的通告、场地的准备、媒体的邀请、新闻资料的撰写、活动现场的管理、多元素舞台表演、明星嘉宾的出场、新产品的亮相等。其中活动现场管理又包括灯光控制、音像调试、来宾接待、安排采访、流程控制等。活动结束后负责媒体报道跟踪，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。



公司通过以上服务，调动各类资源，确保方案的实施，公司财务部、采购部等支持部门根据审批后的预算书提供支付、采购等支持。同时，客户品牌价值得到提升，客户得到额外收益，品牌需求得到满足。

第六步，项目评估

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

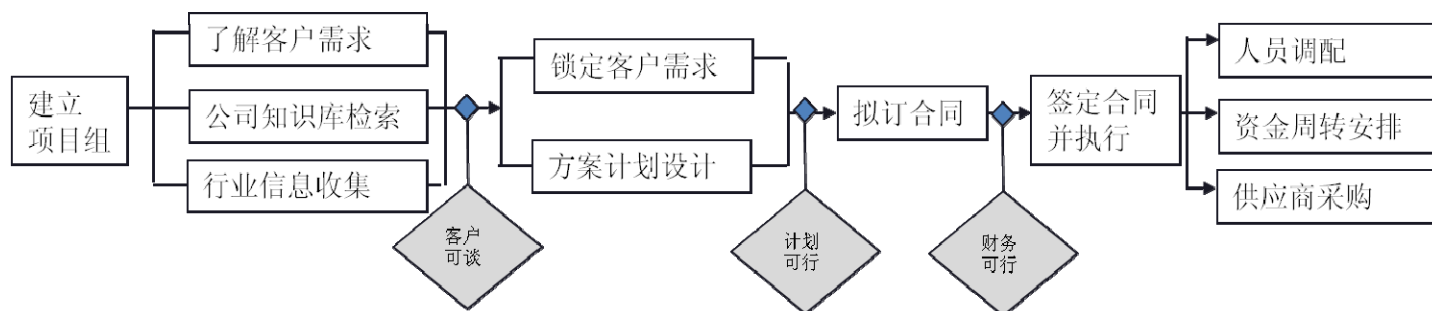
第七步，项目结算

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

（三）发行人的业务模式

发行人的业务模式是：通过为客户制定公共关系策划方案，依据方案进行人员和资源投入，通过提供专业的品牌管理服务，提升客户品牌价值，树立和维护客户良好的品

牌形象，实现其品牌价值提升，使其获得品牌溢价，公司按照服务工作量和工作时间为标准进行收费，从而获取服务报酬。



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，根据最终修改方案确定人员投入、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，逐级报批后，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：

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
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
广告类版面	在各类媒体进行传播
其他	除以上以外的各种配套服务

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，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；

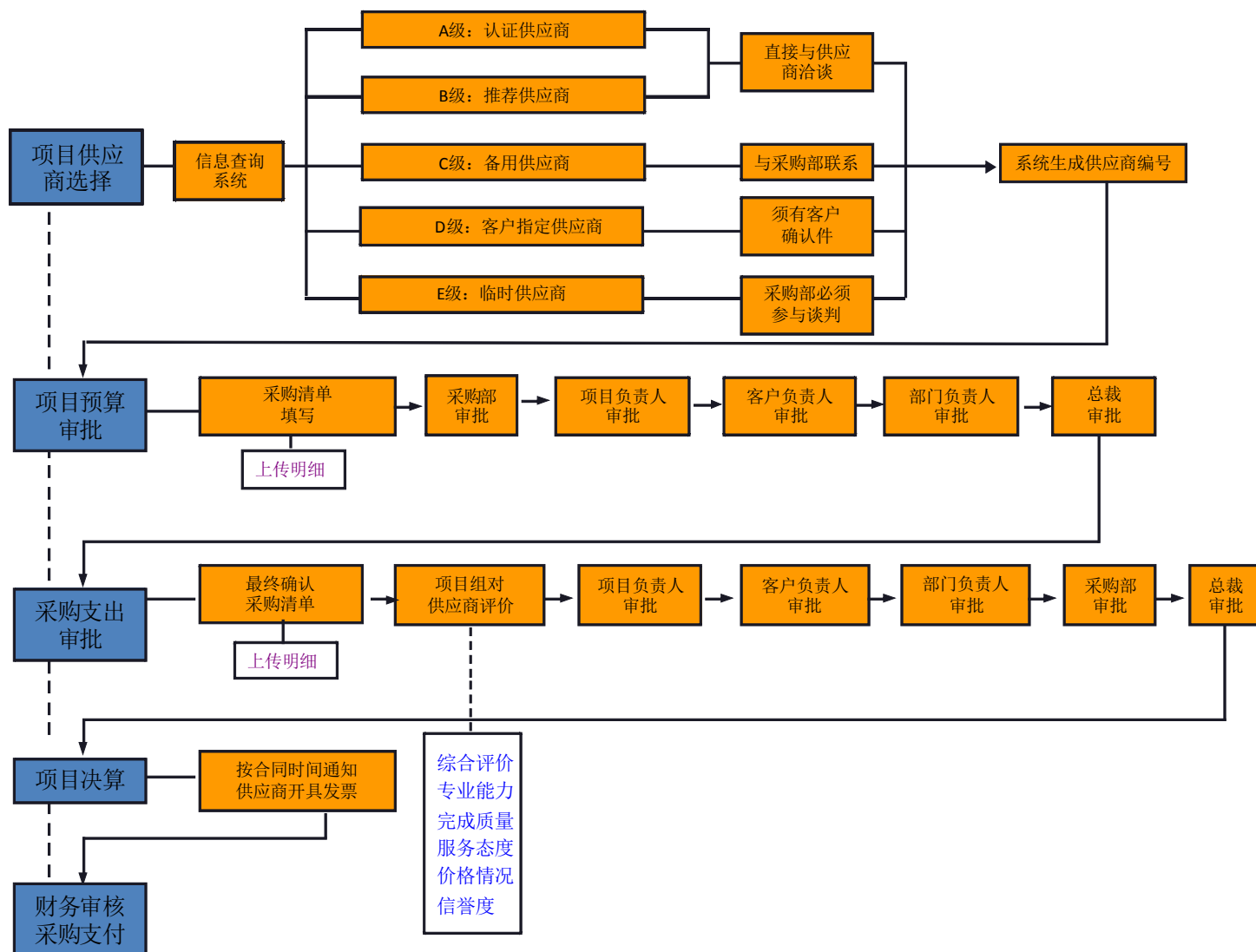
第二，若A、B级供应商均不能满足项目需求，则由采购部从供应商数据系统中按照综合指标优先选择C级备用供应商；

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。

公司供应商使用流程如下所示：

蓝色光标供应商采购流程图



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。

(四) 发行人主营业务的基本情况

公司的主营业务是公共关系服务业务，目前的核心业务是为企业提供企业品牌管理服务，主要内容为品牌传播、产品推广、危机管理、活动管理、数字媒体营销、企业社会责任等一体化的链条式服务。上述公共关系服务形成公司主营业务收入。

项 目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
主营业务收入	143,715,187.40	327,235,426.31	216,650,271.57	133,038,251.31
主营业务成本	58,684,568.82	149,399,825.28	100,176,825.25	63,268,641.96
主营业务利润	85,030,618.58	177,835,601.03	116,473,446.32	69,769,609.35

1、按品牌分类

报告期内公司经营业绩增长迅速，其中公司业务按品牌分类如下：

年度	项目	蓝色光标	智扬公关	欣风翼	合计
2009年 1月-6 月	营业收入	116,458,730.18	18,264,406.95	8,992,050.27	143,715,187.40
	营业成本	46,453,296.42	8,922,190.36	3,309,082.04	58,684,568.82
	主营营业利润	70,005,433.76	9,342,216.59	5,682,968.23	85,030,618.58
2008年	营业收入	254,332,306.22	59,410,073.55	13,493,046.54	327,235,426.31
	营业成本	118,035,576.06	26,421,523.55	4,942,725.67	149,399,825.28
	主营营业利润	136,296,730.16	32,988,550.00	8,550,320.87	177,835,601.03
2007年	营业收入	168,304,120.13	48,346,151.44	-	216,650,271.57
	营业成本	76,307,730.89	23,869,094.36	-	100,176,825.25
	主营营业利润	91,996,389.24	24,477,057.08	-	116,473,446.32
2006年	营业收入	106,044,061.28	26,994,190.03	-	133,038,251.31
	营业成本	50,663,536.30	12,605,105.66	-	63,268,641.96
	主营营业利润	55,380,524.98	14,389,084.37	-	69,769,609.35

注：上表中主营营业利润=营业收入-营业成本，未扣除期间费用。

2、按客户所处行业分类

公司报告期营业收入按客户行业分类，如下表所示：

行业名称	2009年1-6月		2008年		2007年		2006年	
	年营业额 (万元)	比重 (%)	年营业额 (万元)	比重 (%)	年营业额 (万元)	比重 (%)	年营业额 (万元)	比重 (%)
高科技	8,019.39	55.80	20,390.92	62.30	13,668.09	63.09	9,293.41	69.86
消费品 (不含汽车)	1,606.95	11.18	3,869.27	11.82	2,877.41	13.28	1,494.02	11.23

汽车	3,018.74	21.00	3,659.73	11.18	1,955.31	9.03	671.56	5.05
医药	270.00	1.88	685.66	2.09	762.04	3.52	366.19	2.75
金融	213.94	1.49	888.39	2.71	1,064.86	4.92	434.75	3.27
航空旅游	24.62	0.17	31.85	0.10	0.00	0.00	35.25	0.26
教育	57.66	0.40	31.96	0.10	31.55	0.15	24.57	0.18
政府及NGO	5.94	0.04	151.54	0.46	28.93	0.13	13.97	0.10
流通业	167.78	1.17	344.77	1.05	30.01	0.14	21.39	0.16
房地产	188.22	1.31	1,345.84	4.11	657.89	3.04	239.85	1.80
B2B	504.24	3.51	708.57	2.16	374.07	1.73	334.50	2.51
能源	135.39	0.94	472.56	1.44	30.98	0.14	119.76	0.90
娱乐传媒	150.71	1.05	134.60	0.41	117.32	0.54	149.17	1.12
其它	7.95	0.06	14.71	0.04	66.56	0.31	105.45	0.79
合计	14,371.52	100	32,730.40	100	21,665.03	100	13,303.83	100

3、按业务内容分类

公司报告期营业收入按业务内容分类，如下表所示：

单位：万元

项目	2009年 1-6月	占主营业务 收入的比例	2008年	占主营业务 收入的比例	2007年	占主营业务 收入的比例	2006年	占主营业务 收入的比例
品牌传播	2,620	18.23%	6,993	21.37%	5,363	24.75%	2,065	15.52%
产品推广	6,773	47.13%	14,487	44.27%	11,386	52.55%	8,917	67.02%
危机管理	479	3.33%	1,692	5.17%	662	3.06%	682	5.13%
活动管理	915	6.37%	1,679	5.13%	898	4.14%	422	3.17%
数字营销	3,229	22.47%	6,980	21.33%	2,653	12.25%	915	6.88%
企业社会责任及其它	355	2.47%	894	2.73%	703	3.24%	303	2.28%
主营业务收入合计	14,372	100.00%	32,724	100.00%	21,665	100.00%	13,304	100.00%

（五）发行人的主要客户情况

公司客户较为稳定，质量优质，服务年限平均8年以上，其中联想和思科的服务年限已达12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。目前主要客户有：联想、微软、思科、AMD、佳能、腾讯、百度、诺基亚、索尼、西门子、索尼爱立信、三星、克莱斯勒、宝马、广汽丰田、箭牌、博世、雅

诗兰黛、杜邦、美赞臣、GSK、摩根斯坦利、家乐福、ABB、壳牌、康佳、娃哈哈、雪花啤酒、辉瑞制药等。其中，公司前五大客户近三年一期的营业收入如下表：

时间	序列	品牌名称	营业收入（万元）	比重（%）
2009年 (1月-6月)	1	联想	2,744.77	19.10
	2	丰田	1,431.22	9.96
	3	佳能	1,363.74	9.46
	4	AMD	858.33	5.97
	5	美赞臣	519.92	3.62
		合计	6,917.98	48.14
2008年	1	联想	7,377.74	22.54
	2	丰田	2,934.29	8.97
	3	三星	2,569.03	7.85
	4	佳能	2,280.95	6.97
	5	AMD	1,493.89	4.56
		合计	16,655.89	50.89
2007年	1	联想	5,245.02	24.21
	2	佳能	1,849.84	8.54
	3	三星	1,792.04	8.27
	4	丰田	1,488.36	6.87
	5	腾讯	884.17	4.08
		合计	11,259.44	51.97
2006年	1	联想	3,146.29	23.65
	2	佳能	1,341.85	10.09
	3	三星	1,319.19	9.92
	4	腾讯	553.07	4.16
	5	雅虎	449.34	3.38
		合计	6,809.73	51.19

注：本表统计以“品牌”为口径。

1、联想

联想是全球第四大和中国第一大计算机产品供应商，主要生产和销售笔记本电脑、台式电脑、服务器和打印机等外设产品，是香港联交所上市公司。同时联想是中国第一个奥运赞助合作伙伴，是中国企业全球化的典型代表。

公司自1998年开始和联想（当时还是微机事业部）合作，历经12年，目前为联想

提供包括企业品牌形象、媒体传播、产品推广、企业社会责任、危机管理、媒体关系管理、数字传播等全方位公共关系专业服务，涉及集团总部、下属各事业部、研发部门、客户服务部门和全国所有的区域销售公司，专业服务团队人数超过 50 人。

2、丰田

丰田是广汽集团和全球最大的汽车制造商日本丰田公司成立的合资企业，主要生产和销售包括凯美瑞、汉兰达和雅力士三款不同等级的汽车产品，其中凯美瑞系列在中国中高级轿车市场上具有较高的市场占有率。

公司自 2005 年下半年通过竞标获得与广汽丰田合作的机会，合作延续至今已经 4 年时间，目前主要为广汽丰田提供企业形象和凯美瑞、汉兰达两款主力产品的推广服务，专业服务团队人数超过 30 人。

3、佳能

佳能是全球最大的数码产品供应商之一，其中数码相机全球销量第一，打印机全球销量第二，复印机、扫描仪等办公设备产品也位居全球前列。

公司早在 1997 年就和佳能（当时是和北大新技术公司合资的北佳公司）展开合作，1998 年由于和惠普公司合作，公司主动中止了与佳能的合作，2003 年公司通过竞标重新获得与佳能中国的合作机会，延续至今合作时间已超过 6 年。目前公司为佳能提供包括企业形象、数码相机产品、打印机产品和办公产品的推广服务，专业服务团队人数超过 20 人。

4、AMD

AMD 是仅次于英特尔公司的全球第二大计算机芯片供应商，主要生产销售各类计算机芯片（CPU），是纽约证券交易所上市公司。

公司从 1998 年开始与 AMD 合作，累计服务时间超过 9 年，目前主要为 AMD 提供企业形象和笔记本电脑芯片产品推广服务，专业服务团队人数约 10 人。

5、美赞臣

美赞臣是全球最大的婴儿配方奶粉产品供应商，是纽约证券交易所上市公司，其所生产销售的安婴儿和安婴宝系列奶粉在中国市场的外资品牌奶粉中居于领导地位。

公司从 2006 年开始与美赞臣合作，至今已合作 4 年，目前主要为美赞臣提供企业形象、媒体关系管理和危机管理等专业服务，专业服务团队人数约 10 人。

美赞臣在中国市场业务增长迅猛，公共关系需求不断增加，经过几年的合作，美赞

臣和公司之间建立了良好合作关系，合作内容也不断增加，2009 年上半年美赞臣已上升到公司前五大客户之列。

6、三星

三星是韩国最大财团之一，也是全球最大的综合性集团之一，生产销售包括手机、笔记本电脑、显示器、数码相机、MP3、空调、冰箱等多种电子产品，其中大部分在全球市场居于领先地位。

公司旗下智扬公关品牌从 2005 年开始与三星合作已近 4 年，主要为三星提供企业形象和部分产品的推广服务，专业服务团队人数约 20 人。

近三年公司为三星提供服务收入不断上升，但 2008 年经济危机对三星有较大影响，三星全球总部对营销推广费用进行调整，导致公司与三星的业务量有所下降，2009 年上半年三星下滑至公司前五大客户之外。

7、雅虎

雅虎是全球第一门户搜索网站，为全球超过 6 亿的独立用户提供服务，其服务主要包括搜索引擎、电邮、新闻等。

公司于 2006 年至 2007 年与中国雅虎合作，主要为中国雅虎搜索业务产品提供专业的公共关系服务。

8、腾讯

腾讯是中国互联网行业的领导企业之一，在香港联交所上市，主要提供即时通讯（QQ）、互联网门户、网络游戏等互联网服务内容。

公司从 2004 年开始为腾讯提供服务至今已近 6 年，主要为腾讯提供企业形象、危机管理、网络游戏和互联网门户的推广服务等，也为腾讯提供部分大型活动的策划和会议管理。

近三年公司为腾讯提供服务收入虽然一直在增长，但由于公司其它客户的业务上升更快，在 2007、2008 年及 2009 年近一期腾讯下滑至前五大客户之外，但 2007 和 2008 年腾讯仍是公司第 6 大客户。

近三年一期公司前五名客户集中度较高的原因主要为：

第一、公司前 5 名客户大部分为全球 500 强企业，多为生产消费类产品的企业，其品牌推广和公共关系服务的需求比较突出，客户对公共关系服务支出的预算充足，且其对公共关系投入会随其自身业务的增长不断增加。因此这类自身经济实力突出，又对公

共关系需求量大的客户在公司全部客户中一直占有很高比重。

第二、公司前 5 名客户普遍服务期较长，都属于长期合作客户。以联想为例，从 1998 年至今已经连续服务 12 年，业务收入也从当时的 100 多万元增长到 2008 年的数千万元，公司有一个超过 50 人的专业服务团队为联想提供全面服务。公司长期合作客户对公司提供的公共关系服务依赖性也比较高。

公司对前五名客户集中度较高的应对措施主要有：

一方面，随着公司新客户业务量的不断增加和公司服务团队的不断发展壮大，公司的客户结构也在不断改善。以 2009 年上半年为例，公司客户中除了前五大客户外，收入超过千万的客户数量已有较大增长，以目前收入情况看，其中克莱斯勒、百度、微软、思科等客户在年底均能超过千万的水平，这些成长客户和前 5 名客户之间的收入差距在迅速缩小。另外过去三年蓝色光标的前 5 名客户在较稳定的同时每年也有变化，如美赞臣等进入公司前五大客户，而雅虎、腾讯也下降到前五大客户之外。新的大客户开发是公司减少对前几名客户依赖的重要措施。

另一方面，公司采用各种积极措施尽可能降低对主要客户的依赖，例如本次募集资金投资项目将加大区域业务网络建设的投入，以目前区域网络的框架为突破口，开发区域品牌客户，拓展公司的业务规模，以减少公司对核心客户的依赖。

公司向单个客户提供服务的收入占营业收入的比例不存在超过 50%的情况。公司董事、监事、高级管理人员、核心业务人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东未在公司前五大客户中占有任何权益。

（六）发行人提供服务所需供应商情况

公司供应商包括电视、广播、杂志、报刊、网络等传媒机构，以及酒店、宾馆、设备租赁等活动服务机构，公司近三年一期前十大供应商如下表所示：

时间	序列	供应商名称	服务内容	采购额 (万元)	占营业成本比例 (%)
2009 年(1 月-6 月)	1	北京新线华泰联合广告艺术中心	媒体版面	205.75	3.51
	2	网娱智信科技咨询(北京)有限公司	网络技术服务	177.96	3.03
	3	北京搜狐新媒体信息技术有限公司	媒体版面	129.36	2.20
	4	广州市越秀区鸿望基工艺品经营部	会务用品	100.79	1.72
	5	北京空港慧达会议服务有限公司	会议服务	88.00	1.50
	6	众立空间(北京)咨询服务有限公司	会议服务	78.00	1.33
	7	北京蓝景远东信息咨询服务有限公司	媒体版面	75.00	1.28

	8	中国摄影报社	媒体版面	65.78	1.12
	9	北京时代鹂音会展服务有限公司	会议服务	61.36	1.05
	10	北京艾维尔会展服务有限公司	会议服务	53.57	0.91
		合计		1,035.57	17.65
2008年	1	网娱智信科技咨询(北京)有限公司	网络技术服务	633.37	4.23
	2	北京紫天润丰文化传播中心	媒体版面	438.00	2.93
	3	北京东方毫雅酒店管理有限公司	场地租赁	400.00	2.67
	4	上海创融市场营销策划事务所	会议服务	226.70	1.51
	5	上海企康信息技术有限公司	媒体监测服务	226.00	1.51
	6	北京阳光旭日展览展示有限公司	设备租赁	218.49	1.46
	7	上海菲畅通信技术有限公司	媒体监测服务	215.50	1.44
	8	广东南方都市报经营有限公司	媒体版面	200.00	1.34
	9	北京裕华智业会展信息咨询有限公司	会议服务	193.01	1.29
	10	北京绿色视野图文设计有限公司	设计制作	166.00	1.11
			合计		2,917.06
2007年	1	北京紫玉华晟科技中心	媒体版面	364.75	3.64
	2	北京冠品传媒广告有限公司	媒体版面	340.00	3.39
	3	北京宏嘉基业科技有限公司	网络技术服务	225.00	2.25
	4	厦门思路广告有限公司	媒体版面	157.32	1.57
	5	北京银山华峰咨询服务有限公司	剪报监测制作	131.50	1.31
	6	网娱智信科技咨询(北京)有限公司	网络技术服务	121.91	1.22
	7	上海京智文化传播有限公司	媒体版面	120.00	1.20
	8	中国青少年发展基金会	公益组织	100.00	1.00
	9	北京东方益美广告有限公司	媒体版面	96.67	0.96
	10	北京傲立展览有限责任公司	设备租赁会务	91.75	0.92
			合计		1,748.89
2006年	1	上海艺沁市场营销策划有限公司	媒体版面	1,190.00	18.81
	2	上海临度广告有限公司	媒体版面	405.00	6.40
	3	上海穆郎市场信息咨询有限公司	媒体版面	145.00	2.29
	4	中国天鹅国际旅游公司	旅游会议服务	111.76	1.77
	5	北京罗氏人力资源技术开发有限公司	培训咨询	106.00	1.68
	6	上海宁阳市场营销策划有限公司	媒体版面	104.00	1.64
	7	上海四季海螺置业有限公司	房屋租赁	86.39	1.37

8	北京时代天际文化传播有限公司	媒体版面	70.00	1.11
9	电脑商报社	媒体版面	64.80	1.02
10	中国建筑第六工程局第四建筑工程公司	建筑装饰	64.51	1.02
	合计		2,347.45	37.11

近三年及一期内，公司供应商较为分散，集中度较小。主要原因是由于客户每年的需求变化及活动类型不同所导致的。公司不存在向单个供应商的采购比例超过采购总额50%的情况。公司不存在对供应商过度依赖的情形。

报告期公司前十大供应商中有如下供应商与公司存在关联关系，简要情况如下：

序号	公司名称	关联关系	注销时间
1	上海宁阳市场营销策划有限公司	公司共同控制人之一许志平之妻控制的公司	2007年5月23日
2	上海穆郎市场信息咨询有限公司	公司共同控制人许志平和陈良华共同控制的公司	2007年11月2日
3	上海临度广告有限公司	公司共同控制人之一许志平控制的公司	2007年9月20日
4	上海艺沁市场营销策划有限公司	公司共同控制人许志平之妻与陈良华之妻共同控制的公司	2007年11月2日

注：上述供应商与公司的关联交易金额情况详见本招股书“第七章同业竞争和关联交易之二、关联方与关联交易”。

除上述供应商外，公司董事、监事、高级管理人员、核心业务人员、主要关联方或持有公司5%以上股份的股东未在公司前十大供应商中占有任何权益。

六、发行人生产经营所需的资源要素

（一）人力资源

人力资源是公司较为重要的资源要素。公司重视人力资源建设，员工结构较为合理，能够满足公司业务的正常需要。截至2009年6月30日，公司员工总数为604人，公司员工的部门分类、教育程度、年龄情况如下：

公司员工按部门分类表

部门	人数(人)	占总人数的比例(%)
业务部门	505	83.61
业务支持部门	35	5.79
职能部门	64	10.60
合计	604	100

公司员工按学历分类表

学历	人数(人)	占总人数的比例(%)
硕士及以上	59	9.77
大学本科	363	60.09
大学专科	152	25.17
高中及以下	30	4.97
合计	604	100

公司员工按年龄分类表

年龄	人数(人)	占总人数的比例(%)
50岁以上	2	0.33
40~50岁	25	4.14
30~40岁	173	28.64
30岁以下	404	66.89
合计	604	100

由于公共关系行业人员流动的特殊性，业内人员平均离职率（流动率）在 20%左右，因此公司存在人员流动率较高的风险。公司近三年及一期员工变化情况如下：

项目	2009年1-6月	2008年	2007年	2006年
期末员工总数(人)	604	652	404	315
离职率(%)	12.67	15.63	17.12	17.90

从上表可以看出，近三年一期公司的人员离职率逐期下降，2009年最近一期下降为 12.67%，低于行业平均水平。

公司最近一年（自 2008 年 8 月 1 日至 2009 年 7 月 31 日）员工离职情况按照职位分析如下：

项目	总监以上	客户经理	客户主任	总计
人数	8	25	100	133
占离职总人数百分比	6.0%	19.8%	75.2%	100%
占各级别员工比例	9.5%	12.8%	22.0%	-

从离职员工职位分布来看，总监级以上的管理人员离职率较低，而客户主任等初级业务人员离职所占的比例较大，公司的核心业务人员和管理人员稳定性较强，不存在因员工离职而导致的经营风险。

公司在与员工签订劳动合同时，与级别较高的业务员工签订了离职后一段时间内的竞业禁止条款。在上述 133 名离职员工中，离职后竞业禁止情况如下：

	遵守条款	条款不存在	未遵守条款*	试用期离职	创业	总计
人数	67	43	11	6	6	133
百分比	50.4%	32.3%	8.3%	4.5%	4.5%	100%

注：未遵守条款人数=签订竞业禁止条款的员工未遵守条款的人数+未签订竞业禁止条款的员工离职后进入竞争对手公司的人数。

上述离职人员中，进入竞争对手公司或自行创业的人员级别统计如下表：

进入竞争对手公司情况		自行创业情况	
级别	人数	级别	人数
总监以上	1	总监以上	3
客户经理	4	客户经理	3
客户主任	6	客户主任	0
合计	11	合计	6

公司大部分员工都能够遵守竞业禁止约定或自行创业，少数人员进入竞争对手公司，不会对公司经营产生实质性影响。主要原因是：公司经营的系统化管理程度较高，全部的案例、客户信息、资源信息均在管理系统里体现，服务不同客户的不同人员、不同级别人员，其所拥有的权限不同，借助于公司先进的信息管理系统，经过简单培训的客户主任级别的人员，即可以很快进入“工作状态”，单个员工的离职，很难带走公司系统内的信息，因此，公司业务对单个业务人员的依赖程度较弱，即使级别较高的员工离职也不会对公司业务系统正常运行和客户资源的稳定产生重大影响。

公司为降低员工流失率也采取了如下的相应措施：

1、股权激励

公司骨干员工入股，使员工能够从公司成长成果中获得实在的利益，形成主人翁意识，激发员工的积极性。

2、提高薪酬及福利标准

公司薪酬标准较有竞争力，处于行业中上水平。公司福利制度较为人性化，除法定福利制度之外，公司还执行具有特色的福利制度，例如健康基金、爱心基金、郁闷假期等，在保障员工物质需求的同时，丰富员工精神需求。

3、完善晋升制度

公司制订了员工晋升机制，员工每年有4次晋升机会，按照公司标准执行的晋升管理，公平竞争、能者上、庸者下，激励员工的工作热情。

4、丰富企业文化

公司始终贯彻“员工至上”的公司文化，重视员工的工作环境和工作情绪。公司办公场所设计亲和，设施齐全，给员工“家”的感觉，而且公司还重视员工工作情绪，对老员工提供“轮岗制度”，员工可以申请更换业务岗位，避免员工重复相同工作的枯燥感，并不定期举办娱乐活动，丰富员工的精神生活。

5、领导层魅力

公司员工普遍认同领导层的业务能力。公司业务显著增长，规模逐年扩大，业内名气越来越高，显现出领导层的卓越的团队管理能力，提升了员工士气，增加了公司凝聚力。

6、健全培训机制

公司建立人性化培训机制。为新员工提供“导师制”的帮带制度，使其尽快独立开展业务，为业务人员提供“知识共享系统”，建立项目与案例、员工与专家的对话机制，激发员工思想火花。另外，公司针对不同员工、不同业务定期举办专项业务培训。人性化的培训机制提升了员工的业务能力，增加了公司员工素质。

同时，公司为防范离职员工泄露公司和公司客户的商业秘密，最大程度减小离职员工从事竞业行为给公司带来的影响，采取了如下措施：

1、与员工签订《知识产权与保密协定》，对员工受聘期间和受聘终止之后，保守商业秘密作了明确规定。

2、在与级别较高的员工签订的《劳动合同》中有保密及竞业禁止条款，公司根据离职员工的级别和掌握公司业务机密的情况，在员工离职时，确认是否需要执行竞业禁止条款，如确认需要执行，公司支付竞业禁止补偿金，以确保员工在离职后一段时间内不从事与公司具有竞争业务的工作。

3、加强公司信息管理系统建设，实现项目进展情况共享和案例知识共享，进一步降低业务对个人因素的依赖，提高信息管理系统在公司经营中的作用。

公司通过不断积累人力资源管理经验、制定实施积极的政策措施，有效保证了核心业务人员和管理人员的稳定性，在员工人数逐年上升的情况下，有效降低了员工的离职率和离职员工对公司经营的影响。目前，公司人力资源情况能够保证公司稳定经营和健康发展。

（二）固定资产

1、自有固定资产

公司主要的固定资产为公共关系服务所必备的仪器设备、办公设备、运输设备及开展经营活动所使用的房屋建筑物等。根据审计报告，截至2009年6月30日，公司的固定资产状况如下表所示：

项目	原值	累计折旧	净额	成新率
房屋及建筑物	62,226,123.86	995,618.00	61,230,505.86	98.40%
办公设备	3,073,906.93	1,700,098.82	1,373,808.11	44.69%
运输工具	2,744,483.00	342,522.32	2,401,960.68	87.52%

公司固定资产目前使用状态良好，总体成新率为95.53%。公司尚不存在重大资产报废的可能。其中，公司现拥有土地使用权1处，占地面积593.85平方米，办公经营用房2处，总建筑面积4,079.92平方米，上述土地和房产均以商品房买卖的方式取得，并已取得相应的土地使用权证明和房屋产权证明，基本情况如下：

土地使用权基本情况：

序号	土地使用权证号	产权权属	座落	面积 (平方米)	取得方式
1	京朝国用(2009)出第0318号	发行人	北京市朝阳区酒仙桥路甲10号3号楼	593.85	转让

房屋产权基本情况：

序号	房屋产权证号	产权权属	座落	面积 (平方米)	取得方式
1	X京房权证市字第025110号	发行人	北京市朝阳区酒仙桥路甲10号3号楼18层(20层)	2,039.96	转让
2	X京房权证市字第025111号	发行人	北京市朝阳区酒仙桥路甲10号3号楼17层(19层)	2,039.96	转让

公司上述土地使用权和房屋产权已作为2009年12月25日公司与民生银行签订的金额为4000万元借款合同的抵押物，期限一年。

2、公司租赁的房产

截至2009年6月30日，公司及其子公司租赁房屋共计10处，共3,575.85平方米。经对公司及其下属子公司房屋租赁合同及出租人产权证明核查，10处房屋之出租人合法拥有租赁物，有权出租该等房屋，该等房屋租赁合同合法有效，对公司及子公司的持续

经营不产生影响，其房产情况如下：

序号	承租单位	房产证号	产权权属	座落	面积 (平方米)
1	智扬唯美	深圳市基建竣工验收第 120 号； 房产证申请中	深圳华侨城房地产有限公司	深圳市南山区华侨城路 东部工业区东北 B-9 栋 301	414.66
2	广州蓝标	08 登记字 01048682 号	广州兴盛房地产发展有限公 司	广州市越秀区中山三路 1 街 33 号 B4301-B4308	1,952.65
3	上海蓝标	沪房地徐字 2003 第 011773 号	上海四季海螺 置业有限公司	肇嘉浜路 736 号龙头大 厦四楼整层	665.07
4	上海君缘	沪房地嘉字 2007 第 015300 号	上海马陆仓储 有限公司	嘉定区马陆镇丰登路 615 弄 2 号 3058 室	15.00
5	博思瀚扬	京房权证门国字 第 04541 号	北京石龙经济 开发区管理委 员会	北京市门头沟区石龙工 业区龙园路 7 号 A236 号	10.00
6	欣博思	京房权证崇私字 第 0606124 号	张冬梅	北京市崇文区广渠门南 小街领行国际 3-2- 1607	126.00
7	欣风翼	京房权证崇私字 第 0603700 号	郑佳	北京市崇文区广渠门南 小街领行国际 3-2- 1602	106.21
8	欣风翼	京房权证崇私字 第 0603701 号	施蕾	北京市崇文区广渠门南 小街领行国际 3-2- 1603	84.58
9	畅益思	京房权证崇私字 第 0603702 号	施蕾	北京市崇文区广渠门南 小街领行国际 3-2- 1608	83.71
10	畅益思	京房权证崇私字 第 0603699 号	郑佳	北京市崇文区广渠门南 小街领行国际 3-2- 1601	117.97

(三) 无形资产

1、无形资产账面价值

公司主要的无形资产为公共关系服务所必备的软件及相关系统以及收购子公司所合并的商誉等。根据审计报告，截至 2009 年 6 月 30 日，公司的无形资产状况如下表所示：

项目	计量价值
无形资产原值	506,825.00
累计摊销额	70,111.55
无形资产账面净值	436,713.45
商誉原值	21,551,061.56
商誉减值准备	2,789,892.56

商誉净值	18,761,169.00
------	---------------

2、商标与专利

公司主要的商标为公共关系服务所使用“蓝色光标”和“智扬公关”的商标权，公司的商标状况如下表所示：

序号	商标名称	商标权人	注册编号	注册有效期	商品和服务分类
1	蓝 标	蓝色光标	1945721	2012. 11. 6	核定使用商品第 35 类
2	蓝 标	蓝色光标	1949734	2012. 11. 27	核定使用商品第 41 类
3		蓝色光标	1703684	2012. 1. 20	核定使用商品第 35 类
4		蓝色光标	1949732	2012. 11. 27	核定使用商品第 41 类
5	智扬公关	蓝色光标	3991557	2017. 1. 13	核定使用商品第 41 类
6	INSIGHT	蓝色光标	3991556	2017. 1. 13	核定使用商品第 41 类
7		蓝色光标	3065110	2013. 5. 13	核定使用商品第 35 类

国家工商管理总局商标局已受理的公司商标注册申请：

序号	申请人	商标组成	申请号	申请类别	申请日期
1	发行人	BlueFocus	6762463	第 41 类	2008 年 6 月 3 日
2	发行人		6762464	第 41 类	2008 年 6 月 3 日
3	发行人	蓝色光标	6762465	第 41 类	2008 年 6 月 3 日
4	发行人	BlueFocus	6762466	第 35 类	2008 年 6 月 3 日
5	发行人		6762467	第 35 类	2008 年 6 月 3 日
6	发行人	蓝色光标	6762468	第 35 类	2008 年 6 月 3 日

3、域名

公司的域名状况如下表所示：

序号	域 名	注册有效期
1	Bluefocus. cn	至2013年10月29日
2	Bluefocus. com	至2009年10月9日

3	Bluefocusgroup. cn	至2011年7月16日
4	Bluefocusgroup. com	至2011年7月16日
5	Bluefocusgroup. com. cn	至2011年7月16日
6	Insightpr. com. cn	至2012年4月26日

(四) 发行人获得的荣誉和主要奖项

序号	名称	颁发单位	时间
1	2009 年度福布斯中国潜力企业	福布斯中文版	2009 年
2	清科-2009 年中国最具投资价值企业 50 强	清科集团	2009 年
3	2008 年度大中华区最佳公共关系公司	霍尔姆斯报告	2008 年
4	第八届中国最佳公共关系案例大赛网络公共关系类银奖	中国国际公共关系协会	2008 年
5	第八届中国最佳公共关系案例大赛危机管理类银奖	中国国际公共关系协会	2008 年
6	第八届中国最佳公共关系案例大赛杰出公共关系大奖	中国国际公共关系协会	2008 年
7	第八届中国最佳公共关系案例大赛文化体育类金奖	中国国际公共关系协会	2008 年
8	第八届中国最佳公共关系案例大赛议题管理类银奖	中国国际公共关系协会	2008 年
9	2006 年度全球公共关系 TOP250 位居第 75 位	霍尔姆斯报告	2007 年
10	2007 年度中国网络营销突出贡献奖	中国互联网协会网络营销委员会	2007 年
11	2007 亚太公共关系大奖企业社会责任专项奖	香港 MEDIA 杂志 (PRWeek 亚洲版)	2007 年
12	2007 上海市优秀公共关系案例评选金奖	上海市公共关系协会	2007 年
13	“2006 财富中国功勋榜”杰出公共关系公司——专业创造财富类大奖	财富时报社	2006 年
14	2006 亚太年度公共关系公司	香港 MEDIA 杂志 (PRWeek 亚洲版)	2006 年

七、发行人的特许经营权

公司无特许经营权。

八、发行人的企业文化和人力资源建设

公司经过十几年的发展，现已成为具有 600 余名员工规模，年收入突破 3 亿的本土公共关系公司。公司在以市场为导向、加强内部管理、建立现代企业管理模式的同时还大力加强企业文化建设，树立以“员工至上”为核心的企业文化，培育团结、进取、积极向上的公司氛围，使企业的凝聚力、激励力、约束力、导向力、辐射力大大增强，有力地促进了企业的进一步发展。

（一）核心价值观及企业文化理念

公司核心价值观包括：

- 员工至上
- 客户是上帝
- 事实为本
- 尊重和宽容
- 整体利益高于一切

其中，“员工至上”排在核心价值观首位，公司将“没有任何东西可以超越员工的利益，尊重和爱护员工是管理人员义不容辞的责任”作为公司发展的核心信条；“客户是上帝”要求公司视客户需求为己任，时刻根据客户要求调整工作方式，提高工作质量；“事实为本”是实事求是的体现，用事实说话；“尊重和宽容”营造了和谐的公司环境，融洽员工关系，拉近客户距离；“整体利益高于一切”体现了公司的凝聚力。公司核心价值观也形成了公司人性化的文化理念。

（二）人性化的管理政策

核心价值观和企业文化，形成了公司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，至 2008 年底，公司开展内部员工活动近百次通过健康基金帮助多名患病员工得到及时治疗，并通过爱心基金帮助家庭困难的员工度过生活难关；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。

（三）以人为本的育人模式

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。

（四）丰富多彩的业余活动

为丰富员工的业余生活，公司还不定期开展各类业余活动。首先，为了保障员工拥有健康的体魄，公司为员工提供篮球、足球、羽毛球等体育活动经费，并组织各类体育比赛，并成功主办了首届公共关系行业足球联赛；其次，公司为入职满一年的员工提供旅游经费，使员工旅游休闲，减重释压；第三，公司还多次举办如“电子竞技大赛”、“卡拉OK大赛”等娱乐活动，活跃了公司气氛，增强了员工感情，巩固了公司的凝聚力。

（五）温馨体贴的员工关怀

由于行业的特点，员工需要大量时间处理各类案头文字工作，因此公司在每天定点通过广播播放广播体操和眼保健操，鼓励大家劳逸结合保持身体健康，同时公司外聘按摩专家定期为员工提供专业的颈部、背部按摩以放松身心；公司还设有“健康小贴士”栏培养大家保健意识；每周公司还提供电影赏析会，方便员工观看电影，丰富文化生活。

通过这一系列的举措，公司建立了系统化、立体化的企业文化构架，员工实实在在感受到了公司“积极向上、以人为本”的企业文化为自己带来的好处。在公司这个大家庭中，处处可以感受到温馨、关怀、尊重、理解，团队凝聚力、战斗力不断提升，形成一支业务娴熟、作战有力的服务团队。

九、发行人质量控制情况

公司提供的主要服务为公共关系相关的一系列链条化服务，由于行业发展历史较短，而且公关行业目前暂无主管部门，服务质量标准仍无统一的口径，公司通过多年的发展，总结出一套公共关系服务质量测评标准，并在机构和人员方面配备了专业资源实施服务质量控制。质量控制工作经过时间的沉淀和客户的反馈，逐步形成了一套较为完善的体系。

（一）机制体系建设

在质量控制方面，公司制定了一系列辅助系统用于收集各项业务数据、各项业务的

绩效和主要指标，以便于测评各项服务的质量。

系统名称	系统用途
项目管理系统	项目系统的财务监测及异常反馈机制
媒介管理系统	统筹管理公司主要媒介资源信息
知识管理系统	项目信息的提交，如计划、报告、案例分享等主要作业文本；项目总结重点提交，提取重要信息通报全公司，避免相同错误发生。
供应商管理系统	管理公司所有供应商的服务内容及支出

（二）治理结构建设

公司治理结构设有质量监督部，负责日常业务的质量监管，并直接向公司总裁汇报工作。质量监督部控制所有提交客户的方案、报价、合同均来自公司基础数据库，以实现基础数据标准统一；在项目管理上，分客户执行“项目组负责制”，信息平台统一管理，通过管理系统软件对项目主要指标进行质量控制测试，以控制每项业务的服务水准，而在重要领域，如企业社会责任、危机管理、媒体资源和互动营销等方面成立虚拟项目组进行交叉管理提升专业水准。

（三）客户反馈机制

基于公共关系行业的服务质量暂无统一标准，为保证制定的服务标准具有可操作性和合理性，公司的质量控制标准大多以服务与客户为核心，作为制定质量控制标准的出发点。公司开通了质量监察热线，倾听客户的反馈，保护客户的利益，对客户满意度在公司采用公示机制，鼓励公示项目组获得来自客户的评价，提供提升客户满意度的高端产品，如《舆情分析》，供客户高层参考国内舆论形势，保持与客户的信息对称和双向沟通。

（四）奖惩机制

公司通过奖惩机制，奖励提供优质服务的员工，惩罚服务质量不足的团队。公司从年营业收入中提取奖励基金，作为质量优质项目及个人的奖励，并在公司公示客户的奖励，以激励员工。对于长期受到客户赞赏的作业人员，在人力测评上成为重要的评测指标。另一方面，公司对客户投诉，视恶劣程度给予行政及人力方面的处罚。

第七章 同业竞争和关联交易

一、同业竞争

（一）同业竞争的基本情况

公司的主营业务属于公共关系服务，核心业务是为企业提供品牌管理服务，主要内容为品牌传播、产品推广、危机管理、活动管理、数字媒体营销、企业社会责任等一体化的链条式服务。

公司实际控制人（共同控制人）赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华投资控制的企业情况详见本招股说明书“第五章发行人基本情况之四、发行人实际控制人及持有发行人5%以上股份的主要股东情况之（三）实际控制人控制的其他企业情况”。

公司不存在与实际控制人（共同控制人）及其控制的其他企业从事相同、相似业务的情况。

（二）避免同业竞争的承诺

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

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

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

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

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

3、凡本人以及本人控制的企业及其下属企业有任何商业机会可从事、参与或入股任何可能会与股份公司及股份公司的控股企业的主营业务构成竞争关系的业务或活动，本人以及本人控制的企业及其下属企业会将该等商业机会让予股份公司。

本人同意承担并赔偿因违反上述承诺而给股份公司及股份公司的控股企业造成的一切损失、损害和开支。”

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

一、如本人违反《避免同业竞争承诺函》的承诺，与公司进行同业竞争，则本人应自同业竞争行为发生之日起 30 日内向公司缴纳 1000 万元的赔偿金，公司及其实际控制人有权要求本人缴纳前述赔偿金。

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

（三）发行人律师关于同业竞争的意见

发行人律师认为：“根据本所律师的核查，发行人已在《招股说明书》中充分披露了发行人的关联交易和解决同业竞争的承诺或措施，不存在重大遗漏或重大隐瞒”，“发行人及其实际控制人已经采取积极措施，有效防止未来因同业竞争可能对发行人造成的不利影响”。

二、关联方与关联交易

（一）关联方与关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则》等相关规定，公司目前存在的关联方及其关联关系如下：

1、存在控制关系的关联企业

序号	公司名称	关联关系
1	北京蓝色光标公关顾问有限公司	公司全资子公司
2	上海蓝色光标公关服务有限公司	公司全资子公司
3	广州蓝色光标市场顾问有限公司	公司全资子公司
4	北京蓝色印象品牌顾问有限公司	公司全资子公司
5	北京智扬唯美科技咨询有限公司	公司全资子公司
6	上海君缘公共关系服务有限公司	公司全资子公司
7	香港蓝色光标公共关系有限公司	公司全资子公司

8	北京博思瀚扬企业策划有限公司	公司控股子公司
9	北京欣风翼科技有限公司	公司控股子公司的全资子公司
10	北京欣博思顾问有限公司	公司控股子公司的全资子公司
11	北京畅益思科技发展有限公司	公司控股子公司的全资子公司

2、持有公司 5%以上股权的股东

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	赵文权	7,834,533	13.0576
2	孙陶然	7,703,333	12.8389
3	吴铁	7,383,333	12.3056
4	许志平	7,348,333	12.2472
5	陈良华	7,343,333	12.2389
6	高鹏	7,334,335	12.2239
7	深圳市达晨财信创业投资管理有限公司	2,430,000	4.0500
8	深圳市达晨创业投资有限公司	1,020,000	1.7000

注：达晨财信与达晨创投为同一实际控制人控制下的公司。

3、公司董事、监事、高级管理人员

公司董事：赵文权（董事长）、许志平、吴铁、陈良华、孙陶然、晏小平、肖星（独立董事）、刘晓春（独立董事）、赵欣舸（独立董事）。

公司监事：毛宇辉（监事会主席）、潘勤、刘璐（职工监事）。

公司高级管理人员：田文凯（董事会秘书）、陈剑虹（财务总监）。

4、其他关联方

序号	公司名称	关联关系
1	北京拉卡拉电子账单技术服务有限公司	公司共同控制人之一孙陶然控制的公司
2	拉卡拉（北京）电子支付技术服务有限公司、Capitalsino Management Limited、Lakala Limited	公司共同控制人之一孙陶然控制的公司
3	北京贯能管理技术服务有限公司	公司共同控制人之一吴铁控制的公司
4	北京朗哲基科技有限公司	公司共同控制人之一吴铁控制的公司
5	北京英智永新广告传媒有限责任公司	持有公司股份 5%以上股东控制的公司

5、公司董事、监事、高级管理人员关联关系情况

公司董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系。

6、本招股书签署日前，曾与公司存在关联关系的关联方及其关联关系如下：

序号	公司名称	关联关系	注销时间
1	上海宁阳市场营销策划有限公司	公司共同控制人之一许志平之妻控制的公司	2007年5月23日
2	上海穆郎市场信息咨询有限公司	公司共同控制人许志平和陈良华共同控制的公司	2007年11月2日
3	上海临度广告有限公司	公司共同控制人之一许志平控制的公司	2007年9月20日
4	上海艺沁市场营销策划有限公司	公司共同控制人许志平之妻与陈良华之妻共同控制的公司	2007年11月2日
5	北京动力飞扬公关咨询有限公司	公司控股子公司	2007年10月24日
6	北京蓝标智扬科技有限公司	公司全资子公司	2007年11月2日
7	北京智扬唯信公关顾问有限公司	公司全资子公司	2007年10月24日
8	北京蓝标印象科技有限公司	公司控股子公司	2008年11月20日
9	广州蓝标信息科技有限公司	公司控股子公司	2009年4月3日
10	北京蓝标时间市场顾问有限公司	公司控股子公司	2009年5月8日
11	北京蓝标动力科技咨询服务有限公司	公司控股子公司	2009年5月8日

(二) 关联交易情况

1、经常性关联交易

报告期内，公司仅在2007年度和2006年度发生过购买商品、接受劳务性质的关联交易，具体情况见下表（单位：万元）：

名称	2007年度		2006年度	
	交易金额	占同类交易总额比例	交易金额	占同类交易总额比例
上海宁阳市场营销策划有限公司	278.00	4.39%	408.00	6.45%
上海穆郎市场信息咨询有限公司	570.00	9.01%	235.40	3.71%
上海临度广告有限公司	106.80	1.69%	465.00	7.35%
上海艺沁市场营销策划有限公司	50.00	0.79%	864.59	13.67%
合计	1,004.80	15.88%	1,972.59	31.18%

注：截至本招股说明书签署日，不存在未结算余额。

公司在日常业务经营中，需要购买相关媒介的广告类版面或栏目用于客户形象或产品的宣传推广，并需要向专业投放代理机构进行采购。2006年前，公司媒介采购由各项目组根据需要自行确定，采购渠道和定价标准较为混乱。为了加强成本控制，2006年，公司建立了采购部，并选定上述四家公司为指定的采购渠道，各项目组所需的媒体投放

须优先向上述公司采购，由采购部统一结算，因此，导致 2006 年关联交易量较大。

为减少和避免关联交易，2007 年以来，随着公司集中采购系统的渐趋完善，同时与媒体之间的直接采购渠道的逐渐建立，公司减少了通过关联公司进行媒介采购的数量，逐渐降低了关联交易量，2008 年，发行人已无关联交易。

报告期内，公司的关联交易均严格按照公司规定的采购流程执行，最终结算价格均为协议定价，该价格均须通过公司采购部参照市场同期价格审核后确定，因此，交易价格公允、合理。

2、向关联方人士支付报酬

公司向董事、监事、高级管理人员支付报酬情况详见本招股说明书“第八章董事、监事、高级管理人员与核心业务人员之四、董事、监事、高级管理人员在发行人及关联方薪酬情况”。

3、资金往来

单位：万元

名称	项目	2009年 6月30日	2008年 12月31日	2007年 12月31日	2006年 12月31日	资金性质
赵文权	其他应收款	-	-	96.00	22.00	个人借款
孙陶然	其他应收款	-	-	-	200.00	个人借款
许志平	其他应收款	-	-	-	11.00	个人借款
高鹏	其他应收款	-	-	-	1.30	个人借款
陈良华	其他应收款	-	-	-	59.00	个人借款
上海宁阳市场营销策划有限公司	其他应收款	-	-	-	40.00	业务保证金
上海穆郎市场信息咨询有限公司	其他应收款	-	-	-	10.00	业务保证金
合计		0	0	96.00	343.30	
占年度余额的比例		0%	0%	9.22%	27.56%	
许志平	其他应付款	-	-	190.00	-	暂存款
合计		0	0	190.00	-	
占年度余额的比例		0%	0%	38.36%	0%	
上海宁阳市场营销策划有限公司	预付账款	-	-	-	132.24	业务预付款
上海穆郎市场信息咨询有限公司	预付账款	-	-	-	320.60	业务预付款
上海临度广告有限公司	预付账款	-	-	-	36.80	业务预付款

名称	项目	2009年 6月30日	2008年 12月31日	2007年 12月31日	2006年 12月31日	资金性质
上海艺沁市场营销 策划有限公司	预付账款	-	-	-	20.00	业务预付款
合计		0	0	0	509.64	
占年度余额的比例		0%	0%	0%	82.10%	

2008年初，公司在进行改制辅导过程中，对上述往来进行了规范，各股东归还了上述欠款，同时，公司共同控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华还签署了《避免非经营性占用资金承诺书》，共同控制人郑重承诺：自股份公司设立以来不存在非经营性占用股份公司资金情况，并保证自该文件签署日起不发生非经营性占用股份公司资金情况。股份公司承诺：自该文件签署日起，保证不发生被共同控制人非经营性占用公司资金情况。如若发生，公司及相关责任人愿意承担相应的法律责任。

（三）公司制度对关联交易的规定

1、《公司章程》

“第三十九条 公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

公司控股股东及实际控制人对公司和公司社会公众股股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和社会公众股股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和社会公众股股东的利益。

第四十条 公司不得无偿或以明显不公平的条件向股东或者实际控制人提供资金、商品、服务或者其他资产；不得向明显不具有清偿能力的股东或者实际控制人提供资金、商品、服务或者其他资产；不得为明显不具有清偿能力的股东或者实际控制人提供担保，或者无正当理由为股东或者实际控制人提供担保；不得无正当理由放弃对股东或者实际控制人的债权或承担股东或者实际控制人的债务。公司与股东或者实际控制人之间提供资金、商品、服务或者其他资产的交易，应严格按照本章程有关关联交易的决策制度履行董事会、股东大会审议程序。

如发生公司股东以任何方式侵占公司资产，公司董事会在此事项查证属实后应立即向司法机构申请冻结该股东持有的公司股份，如该股东未能以利润或其他现金形式对所侵占资产进行清偿，公司董事会应通过变现该股东持有的股份，以对所侵占资产进行清偿。

第四十二条 公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：

（七）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

第八十一条 股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

第一百二十一条 董事会行使下列职权：

（八）股东大会授权范围内，决定公司对外投资、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

第一百二十四条 董事会应当确定对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易的权限，建立严格的审查和决策程序；重大投资项目应当组织有关专家、专业人员进行评审，并报股东大会批准。

第一百三十三条 董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，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无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。”

2、《股东大会议事规则》

“第十七条 公司与关联人发生的交易（公司提供担保、获赠现金资产、单纯减除公司义务的债务除外）金额在 3000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易，应当比照本议事规则第十四条的规定聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或审计，并将该交易提交股东大会审议。

第十八条 公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。

公司为持有公司 5%以下股份的股东提供担保的，参照前款的规定执行，有关股东应当在股东大会上回避表决。”

3、《董事会议事规则》

第十二条 董事会依法行使下列职权：

（八）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、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；

第二十四条 关于委托出席的限制

委托和受托出席董事会会议应当遵循以下原则：

（一）在审议关联交易事项时，非关联董事不得委托关联董事代为出席；关联董事也不得接受非关联董事的委托；

第三十一条 回避表决

出现下述情形的，董事应当对有关提案回避表决：

（一）董事本人认为应当回避的情形；

（二）公司章程规定的因董事与会议提案所涉及的企业有关联关系而须回避的其他情形。

在董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，形成决议须经无关联关系董事过半数通过。出席会议的无关联关系董事人数不足 3 人的，不得对有关提案进行表决，而应当将该事项提交股东大会审议。

4、《独立董事工作制度》

“第五条 公司应充分发挥独立董事的作用

（一）为了充分发挥独立董事的作用，独立董事除具有公司法和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，公司还赋予独立董事以下特别职权：

1、重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总金额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事做出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；

2、向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；

3、向董事会提请召开临时股东大会；

4、提议召开董事会；

5、独立聘请外部审计机构或咨询机构；

6、可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

第六条 独立董事应对公司重大事项发表独立意见

（一）独立董事应对以下事项向董事会或股东会发表独立意见

1、提名、任免董事；

2、聘任或解聘公司高级管理人员；

3、公司董事、高级管理人员的薪酬；

4、公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于 300 万

元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的借款或其他资金往来,以及公司是否采取有效措施回收欠款;

- 5、独立董事认为可能损害中小股东权益的事项;
- 6、公司章程规定的其他事项。”

5、《关联交易管理制度》

“第六条 本办法所指的关联交易是指公司及其控股子公司与关联人之间发生的转移资源或者义务的事项,主要包括以下交易:

- (一) 购买或者出售资产;
- (二) 对外投资(含委托理财、委托贷款、对子公司的投资等);
- (三) 提供财务资助;
- (四) 提供担保;
- (五) 租入或者租出资产;
- (六) 签订管理方面的合同(含委托经营、受托经营等);
- (七) 赠与或者受赠资产;
- (八) 债权、债务重组;
- (九) 研究与开发项目的转移
- (十) 签订许可协议;
- (十一) 购买原材料、燃料、动力;
- (十二) 销售产品、商品;
- (十三) 提供或者接受劳务;
- (十四) 委托或者受托销售;
- (十五) 与关联人共同投资;
- (十六) 其他通过约定可能造成资源或者义务转移的事项。

第七条 公司的关联交易应符合公开、公平、公正和诚实信用的原则。

第八条 公司拟进行的关联交易由公司职能部门提出议案,议案应就该关联交易的具体事项、定价依据和对公司及股东利益的影响程度作出详细说明。

第九条 关联交易决策权限:

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 3000 万元以上(含 3000 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本办法第六条的第（十一）至第（十四）项所列的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。

公司拟与关联人发生的交易（公司提供担保除外）金额在 300 万元以上（含 300 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，应由独立董事认可后提交董事会审议决定。

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）：

- （一）金额低于 300 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；
- （二）金额低于 300 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；
- （三）金额高于 300 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。

第十条 公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。

第十一条 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。

前款所称关联董事包括下列董事或者具有下列情形之一的董事：

- （一）为交易对方；
- （二）为交易对方的直接或者间接控制人；
- （三）在交易对方任职，或者在能直接或间接控制该交易对方的法人单位或其他组织、该交易对方直接或间接控制的法人单位或其他组织任职；
- （四）为交易对方或者其直接或间接控制人的关系密切的家庭成员（具体范围参加本办法第三条第（四）项）；
- （五）为交易对方或者其直接或间接控制人的董事、监事或高级管理人员的关系密切的家庭成员（具体范围参加本办法第三条第（四）项）；
- （六）中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所或者公司基于其他理由认定的，其独立商业判断可能受到影响的人士。

第十条 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。

前款所称关联股东包括下列股东或者具有下列情形之一的股东：

- （一）为交易对方；
- （二）为交易对方的直接或者间接控制人；
- （三）被交易对方直接或者间接控制；
- （四）与交易对方受同一法人或者自然人直接或间接控制；
- （五）在交易对方任职，或在能直接或间接控制该交易对方的法人单位或者该交易对方直接或间接控制的法人单位任职的（适用于股东为自然人的）；
- （六）因与交易对方或者其关联人存在尚未履行完毕的股权转让协议或者其他协议而使其表决权受到限制和影响的股东；
- （七）中国证券监督管理委员会或者深圳证券交易所认定的可能造成公司利益对其倾斜的法人或自然人。

第十三条 根据有关法律、法规或规范性文件的要求需要独立董事认可或发表意见的关联交易，独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。”

（四）公司减少关联交易的措施

公司拥有独立、完整的业务经营体系，营销、服务、技术、财务、行政等系统均独立于共同控制人。公司在日常经营活动中将尽量避免关联交易，使关联交易的数量和对经营成果的影响降至最小程度。公司在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》等制度中对关联交易的决策权力和程序，以及股东大会及董事会关联股东的回避和表决程序均作出了详尽的规定，公司内部控制制度完善，公司将严格遵照执行。

股份公司 2008 年第六次临时股东大会和 2009 年第一次临时股东大会决议通过，聘任了三名独立董事，独立董事人数达到董事会总人数的 1/3，建立了相应的《独立董事制度》和《关联交易管理制度》。这些举措对减少和规范关联交易，保护投资者（特别是中小投资者）的合法权益具有积极的作用。

（五）公司报告期关联交易制度的执行情况及独立董事意见

公司独立董事对公司报告期关联交易情况进行了审核，认为：公司报告期发生的关联交易均履行了《公司章程》规定的相关程序，报告期的关联交易执行了市场定价原则，定价合理，关联交易公平、公正，不存在通过关联交易操纵公司利润的情形，亦不存在

损害公司利益及其他股东利益之情形。

（六）公司实际控制人《避免非经营性占用资金承诺函》

共同控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华郑重承诺：自股份公司设立以来不存在非经营性占用股份公司资金情况，并保证自该文件签署日起不发生非经营性占用股份公司资金情况。

股份公司承诺：自该文件签署日起，保证不发生被共同控制人非经营性占用公司资金情况。如若发生，公司及相关责任人愿意承担相应的法律责任。

第八章 董事、监事、高级管理人员与核心业务人员

一、董事、监事、高级管理人员与核心业务人员情况

(一) 董事会成员

公司现任董事会成员 9 人，分别为：赵文权、许志平、陈良华、孙陶然、吴铁、晏小平、肖星、刘晓春、赵欣舸，其中，赵文权任董事长，肖星、刘晓春、赵欣舸 3 人为独立董事，独立董事占比为 1/3。上述人员简历如下：

赵文权先生，中国国籍，无境外永久居留权，1970 年生，大学本科学历，历任路村咨询策划公司总经理，雅宝拍卖网首席运营官，并担任中国国际公共关系协会理事，中国国际公共关系协会公关公司委员会 2007 年、2008 年年度主任，中国传媒大学董事，北京 2008 年奥运会奥林匹克火炬接力火炬手，现任股份公司总经理。2004 年起担任有限公司董事，2008 年 1 月起担任股份公司董事长。

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

陈良华先生，中国国籍，无境外永久居留权，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，魔石咨询公司首席顾问，有限公司监事，股份公司第一届监事会主席，现任智扬公关顾问机构首席顾问。2009 年 1 月起担任股份公司董事。

孙陶然先生，中国国籍，无境外永久居留权，1969 年生，大学本科学历，历任北京四达集团广告艺术公司副总经理、总经理，四达集团副总裁，北京恒基伟业电子产品有限公司董事、常务副总裁，北京乾坤时尚电子公司首席执行官，现任北京拉卡拉电子支付公司董事长、总裁，拉卡拉（北京）电子支付技术服务有限公司董事长。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，无境外永久居留权，1962 年生，大学本科学历，历任用友软件公司副总经理，连邦软件公司总裁，雅宝拍卖网首席执行官，现任北京贯能管理咨询公司董事长。2007 年起担任有限公司董事，2008 年 1 月起担任股份公司董事。

晏小平先生，中国国籍，无境外永久居留权，1968年生，工商管理硕士学历，历任中美桥梁资本有限公司华南区总经理、金融总监，张家界旅游开发股份有限公司董事，长沙通程控股股份有限公司董事会秘书。现任深圳达晨创业投资有限公司投资总监兼北京分公司总经理。2008年8月起担任股份公司董事。

肖星女士，中国国籍，无境外永久居留权，1971年生，博士学位，1997年起于清华大学经管学院任教，先后担任助教、讲师、副教授，会计系副主任，历任国家开发银行专家组成员，世界银行独立咨询专家，现兼任北京当代节能置业股份有限公司、紫光华宇软件股份有限公司独立董事。2008年8月起担任股份公司独立董事。

刘晓春先生，中国国籍，无境外永久居留权，1969年生，博士学位，历任广东省人大常委会办公厅综合处职员，深圳市总商会会长秘书兼法律事务部负责人，香港深业（集团）有限公司集团办公室副总经理兼董事长秘书、集团法律事务部副总经理、总经理，深圳市世贸组织事务中心副主任、深圳市桑达实业股份有限公司独立董事，现任中国国际经济贸易仲裁委员会华南分会副秘书长，兼任深圳市WTO学会第一届会长。2008年8月起担任股份公司独立董事。

赵欣舸先生，中国国籍，无境外永久居留权，1970年生，博士学位，历任美国威廉与玛丽学院商学院金融学助理教授，现任中欧国际工商学院金融学教授。2009年1月起担任股份公司独立董事。

（二）监事会成员

公司现任监事会成员为：毛宇辉、潘勤、刘璐，其中，毛宇辉为监事会主席。

毛宇辉先生，中国国籍，无境外永久居留权，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，历任蓝色光标公共关系机构客户经理、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2月起担任股份公司监事会主席。

潘勤女士，中国国籍，无境外永久居留权，1975年生，大学本科学历，历任德士活北京公司总经理秘书，雅宝拍卖网总裁秘书，2001年至今担任蓝色光标公共关系机构秘书。2008年1月起担任股份公司监事。

刘璐女士，中国国籍，无境外永久居留权，1977年生，大学本科学历，历任8848电子商务公司出纳，北京首科灵通电子商务公司出纳，现任蓝色光标公共关系机构北京公司出纳。2008年1月起担任股份公司职工代表监事。

（三）高级管理人员

赵文权先生，现任公司总经理，简历同董事简介。

许志平先生，现任公司副总经理，简历同董事简介。

田文凯先生，中国国籍，无境外永久居留权，1968年生，大学本科学历，历任中南证券深圳营业部副总经理、总经理，昆仑证券财务部经理，北京恒基伟业总裁助理，深圳知本投资集团副总经理，2007年至2008年1月担任有限公司副总裁。2008年1月起担任股份公司董事会秘书。

陈剑虹女士，中国国籍，无境外永久居留权，1972年生，大学本科学历，会计师，历任黑龙江风车山庄企业集团财务部副经理，北京多方位电信股份有限公司财务主管，8848电子商务公司对外合作助理经理、财务经理，北京贯能管理咨询公司财务经理，2003至2008年担任有限公司财务总监。2008年1月起担任股份公司财务总监。

（四）核心业务人员

赵文权先生，现任公司总经理，简历同董事简介。

许志平先生，现任公司副总经理，简历同董事简介。

毛宇辉先生，现任公司蓝色光标公共关系机构总裁，简历同监事简介。

陈良华先生，现任公司智扬公关顾问机构首席顾问，简历同董事简介。

马犁先生，中国国籍，无境外永久居留权，1962年生，博士学历，上海公共关系协会学术委员会委员，长期从业于IT行业的科研、营销、管理。历任长城集团打印机事业部、电脑事业部、市场销售本部总经理，方正新天地软件公司执行总裁。2002年起任蓝色光标公共关系机构副总裁，股份公司子公司上海蓝标总经理。

毛晨先生，中国国籍，无境外永久居留权，1969年生，大学本科学历，曾任职于《新周刊》杂志社和《南方都市报》，负责核心采编工作。自蓝色光标广州办事处设立时起，负责蓝色光标华南区的业务运营和日常管理，现任蓝色光标公共关系机构副总裁，股份公司子公司广州蓝标总经理。

熊剑先生，中国国籍，无境外永久居留权，1978年生，大学本科学历，毕业后即加入蓝色光标公共关系机构，历任客户代表、客户经理、总监，现任蓝色光标公共关系机构副总裁，长年为佳能、宝马、思科、江森自控等客户提供专业服务。

罗斌先生，中国国籍，无境外永久居留权，1979年生，大学本科学历，毕业后即加入蓝色光标公共关系机构，历任客户代表、客户经理、总监，现任蓝色光标公共关系机

构副总裁，目前主要负责 IT、通信类客户及互动营销业务，有广泛的公共关系专业服务经验。

丁晓东先生，中国国籍，无境外永久居留权，1973 年生，大学本科学历，2000 年加入蓝色光标公共关系机构，现任该机构副总裁，目前主要为联想、诺基亚、葛兰素史克、AMD 等客户提供公共关系专业服务。

谢骏先生，中国国籍，无境外永久居留权，1963 年生，管理硕士，历任华纳资讯集团副总裁，名天广告文化有限公司总经理，百同信息产业有限公司总经理，同创集团总裁助理市场总监，LG 电子 IT 产品部部长，中航联信体育发展有限公司总裁，2000-2003 年任蓝色光标公共关系机构副总裁，2003-2005 年任北京蓝标动力科技咨询服务有限公司总经理，2005-2007 年任北京动力飞扬公关咨询有限公司总经理，2007-2008 年任智扬公关顾问机构副总裁。2009 年 6 月至今任智扬公关顾问机构总裁。

李林先生，中国国籍，无境外永久居留权，1972 年生，工商管理硕士，2000-2002 年间曾就职于蔚蓝佳策广告有限公司任市场部总监、迪思传播集团任市场部总监。1997-2000 年，及 2002 年至今供职于蓝色光标公共关系机构，历任客户经理及媒介部经理，现任蓝色光标公共关系机构副总裁，主管金融行业、消费品行业的客户开发与管理。

吴哲飞先生，中国国籍，无境外永久居留权，1969 年生，大学本科学历，1991-1996 年供职于中国空分设备公司，2001-2006 年任北京致蓝经纬公关公司董事、副总经理。1996-2001 年，以及 2006 年至今供职于蓝色光标公共关系机构，历任副总经理、副总裁、高级副总裁，现任蓝色光标公共关系机构副总裁，负责蓝色光标北京公司的医药、汽车及综合业务的运营和团队管理，管理的团队约 60 人，为索尼爱立信、索尼、克莱斯勒、杜邦等客户提供公共关系专业服务，参与策划和实施的大型项目包括索尼全球总裁访华、克莱斯勒 JEEP 新车上市等。

赵昀女士，中国国籍，无境外永久居留权，1973 年生，大学本科学历，2001 年至 2006 年创立并担任北京致蓝经纬公关策划公司总经理。1996-2001 年及 2006 年至今供职于蓝色光标公共关系机构，现任蓝色光标公共关系机构副总裁，负责蓝色光标北京公司医药及综合业务的日常运营和团队管理，管理的团队约 60 人，为联想、惠普、佳能、索尼、索尼爱立信、强生医疗、金佰利、壳牌等公司重要客户提供公共关系专业服务，具备丰富的公共关系专业及团队管理经验。

郑佳女士，中国国籍，无境外永久居留权，1967 年生，大学本科学历，曾就职于摩托罗拉（中国）电子有限公司，1997 年创建欣风翼公司，任董事长兼总经理。2007 年

欣风翼公司体系被股份公司收购，人员整合加入蓝色光标公共关系机构，现任股份公司子公司博思瀚扬公司董事长兼总经理，主要负责管理该品牌下属包括欣风翼，欣博思，畅益思三家子公司。

公司的董事、监事、高级管理人员与核心业务人员均为中国国籍，不存在拥有境外居留权的情况。

（五）董事、监事、高级管理人员与核心业务人员之间的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员与核心业务人员之间不存在亲属关系。

（六）发行人董事、监事的提名和选聘情况

1、董事提名和选聘情况

赵文权、孙陶然、吴铁、许志平四位董事作为股份公司第一届董事会成员，由股份公司全体发起人提名，并经 2008 年 1 月 16 日股份公司创立大会审议通过，董事任职期限三年，自公司登记机关向股份公司核发《企业法人营业执照》之日计算，即任期自 2008 年 1 月 17 日至 2011 年 1 月 17 日。

晏小平董事作为股份公司第一届董事会成员，由达晨财信、达晨创投、天津同创（合伙企业，曾为公司股东）、曾芸共同向股东大会提名，并经股份公司 2008 年第六次临时股东大会审议通过，任期自股东大会审议通过后起至第一届董事会任期届满，即任期自 2008 年 8 月 11 日至 2011 年 1 月 17 日。

陈良华董事作为股份公司第一届董事会成员，由股份公司股东向股东大会提名，并经股份公司 2009 年第一次临时股东大会审议通过，任期自股东大会审议通过后起至第一届董事会任期届满，即任期自 2009 年 1 月 24 日至 2011 年 1 月 17 日。

肖星、刘晓春作为股份公司第一届董事会独立董事，由股份公司股东向股东大会提名，并经股份公司 2008 年第六次临时股东大会审议通过，任期自股东大会审议通过后起至第一届董事会任期届满，即任期自 2008 年 8 月 11 日至 2011 年 1 月 17 日。

赵欣舸作为股份公司第一届董事会独立董事，由股份公司股东向股东大会提名，并经股份公司 2009 年第一次临时股东大会审议通过，任期自股东大会审议通过后起至第一届董事会任期届满，即任期自 2009 年 1 月 24 日至 2011 年 1 月 17 日。

2、监事提名和选聘情况

潘勤作为股东代表监事，由股份公司全体发起人提名；刘璐作为职工代表监事由职工大会选举产生，其作为股份公司第一届监事会成员，经2008年1月16日股份公司创立大会审议通过，监事任职期限三年，自公司登记机关向股份公司核发《企业法人营业执照》之日计算，即任期自2008年1月17日至2011年1月17日。

毛宇辉作为股份公司第一届监事会主席，由股份公司股东提名并经股份公司2009年第一次临时股东大会审议通过；由股份公司第一届第五次监事会提名监事会主席并全票表决通过，任期至第一届监事会任期届满，即任期自2009年1月24日至2011年1月17日。

二、董事、监事、高级管理人员与核心业务人员及其近亲属的持股情况

(一) 公司董事、监事、高级管理人员与核心业务人员直接持股数量及近三年变动情况如下表：

序号	股东名称	目前任职情况	历次增资数额（股）						目前持有		
			公司设立	2008年3月增资	2008年6月增资及股权转让	2008年8月增资及股权转让	2009年1月增资及股权转让	2009年3月股权转让	2009年6月股权转让	股份数量	所占比例（%）
1	赵文权	董事长、总经理	7,383,333	380,000	34,000	14,000	-39,600		62,800	7,834,533	13.0576
2	孙陶然	董事	7,283,333	420,000						7,703,333	12.8389
3	吴铁	董事	7,283,333	100,000						7,383,333	12.3056
4	许志平	董事、副总经理	7,348,333							7,348,333	12.2472
5	陈良华	董事、智扬公关顾问机构首席顾问	7,283,333				60,000			7,343,333	12.2389
6	晏小平	董事	0							0	0
7	毛宇辉	监事会主席、蓝色光标公共关系机构总裁	525,000				84,000			609,000	1.0150
8	潘勤	监事	25,000	160,000				27,000		212,000	0.3533
9	刘璐	监事	0							0	0
10	田文凯	董事会秘书	760,000							760,000	1.2667
11	陈剑虹	财务总监	50,000				60,000			110,000	0.1833
12	马犁	蓝色光标公共关系机构副总裁、上海蓝标总经理	535,000				24,000			559,000	0.9317
13	毛晨	蓝色光标公共关系机构副总裁、广州蓝标总经理	1,732,500				144,000	10,000		1,886,500	3.1442

14	熊剑	蓝色光标公共关系机构副总裁	60,000				200,000			260,000	0.4333
15	罗斌	蓝色光标公共关系机构副总裁	60,000				200,000			260,000	0.4333
16	丁晓东	蓝色光标公共关系机构副总裁	80,000				200,000			280,000	0.4667
17	谢骏	智扬公关顾问机构总裁	1,207,500				-20,000			1,187,500	1.9792
18	李林	蓝色光标公共关系机构副总裁	65,000				48,000			113,000	0.1883
19	吴哲飞	蓝色光标公共关系机构副总裁	0				190,000			190,000	0.3167
20	赵昀	蓝色光标公共关系机构副总裁	135,000				50,000			185,000	0.3083
21	郑佳	博思瀚扬董事长兼总经理	0			800,000				800,000	1.3333

公司董事、监事、高级管理人员与核心业务人员所持股份不存在质押或者冻结情况。

（二）公司董事、监事、高级管理人员与核心业务人员近亲属持股情况

赵文源先生，为公司董事长赵文权先生的兄长，持有公司股份 10,000 股，占公司总股本的 0.0167%。

除以上情况外，公司董事、监事、高级管理人员与核心业务人员的近亲属未以任何方式持有公司股份。

三、董事、监事、高级管理人员与核心业务人员的对外投资情况

序号	人员	目前任职情况	对外投资情况
1	赵文权	董事长、总经理	无
2	孙陶然	董事	北京拉卡拉电子账单技术服务有限公司
			拉卡拉（北京）电子支付技术服务有限公司 Capitalsino Management Limited、Lakala Limited
3	吴铁	董事	北京贯能管理技术服务有限公司
			北京朗哲基科技有限公司
4	许志平	董事、副总经理	无
5	陈良华	董事、智扬公关顾问机构首席顾问	无
6	晏小平	董事	无
7	毛宇辉	监事会主席 蓝色光标公共关系机构总裁	无

8	潘勤	监事	无
9	刘璐	监事	无
10	田文凯	董事会秘书	无
11	陈剑虹	财务总监	无
12	马犁	蓝色光标公共关系机构副总裁 上海蓝标总经理	深圳市成朗科技有限公司 ¹
13	毛晨	蓝色光标公共关系机构副总裁 广州蓝标总经理	无
14	熊剑	蓝色光标公共关系机构副总裁	无
15	罗斌	蓝色光标公共关系机构副总裁	无
16	丁晓东	蓝色光标公共关系机构副总裁	无
17	李林	蓝色光标公共关系机构副总裁	无
18	谢骏	智扬公关顾问机构总裁	无
19	吴哲飞	蓝色光标公共关系机构副总裁	无
20	赵昀	蓝色光标公共关系机构副总裁	无
21	郑佳	博思瀚扬董事长兼总经理	北京风翼畅合品牌管理咨询有限公司 ²

公司董事孙陶然、吴铁对外投资的公司所从事的业务与公司无同业竞争，无关联业务往来。

公司核心业务人员马犁对外投资的公司所从事的业务与公司无同业竞争，无关联业务往来。

公司核心业务人员郑佳对外投资的风翼畅合为公司控股子公司博思瀚扬的另一法人股东，为公司收购博思瀚扬下一阶段股权的转让人，风翼畅合自设立以来未开展任何业务，与公司不存在同业竞争，无关联业务往来。

根据公司董事、监事、高级管理人员及核心业务人员的声明，截至本招股说明书签署日，除上述对外投资外，公司董事、监事、高级管理人员和核心业务人员无其他对外投资情况。

¹ 该公司成立于 2001 年 10 月 15 日，注册资本 200 万元，其中马犁所持股份占总股本的 17%，马犁在该公司担任监事职务，该公司经营范围为计算机软硬件、通讯设备、网络产品的技术开发及购销，其它国内商业、物资供销业（不含专营、专控、专卖商品及限制项目）。

² 详见本招股说明书第五章发行人基本情况之七、发行人设立以来组织架构调整情况之（四）公司对“欣风翼”品牌的收购中对风翼畅合的描述。

四、董事、监事、高级管理人员与核心业务人员在发行人及关联方薪酬情况

（一）董事、监事、高级管理人员与核心业务人员在公司领取薪酬情况

公司现任董事、监事、高级管理人员与核心业务人员 2008 年度在公司薪酬情况如下：

单位：元

序号	姓名	任职	年度薪酬（税前）
1	赵文权	董事长、总经理	800,000
2	许志平	董事、副总经理	300,000
3	吴铁	董事	0
4	孙陶然	董事	0
5	陈良华	原监事会主席 ¹ 、现任董事、智扬公关顾问机构首席顾问	120,000
6	晏小平	董事	0
7	肖星	独立董事	0
8	刘晓春	独立董事	0
9	赵欣舸	独立董事	0
10	毛宇辉	监事会主席 蓝色光标公共关系机构总裁	555,000
11	潘勤	监事	155,000
12	刘璐	监事	94,400
13	田文凯	董事会秘书	204,000
14	陈剑虹	财务总监	250,000
15	马犁	蓝色光标公共关系机构副总裁 上海蓝标总经理	383,000
16	毛晨	蓝色光标公共关系机构副总裁 广州蓝标总经理	388,000
17	熊剑	蓝色光标公共关系机构副总裁	552,000
18	罗斌	蓝色光标公共关系机构副总裁	492,000
19	丁晓东	蓝色光标公共关系机构副总裁	636,000
20	李林	蓝色光标公共关系机构副总裁	500,000
21	谢骏	智扬公关顾问机构总裁	360,000

¹ 陈良华于 2008 年 12 月 10 日第一届第四次监事会议辞去监事及监事会主席职务

22	吴哲飞	蓝色光标公共关系机构副总裁	420,000
23	赵昀	蓝色光标公共关系机构副总裁	420,000
24	郑佳	博思瀚扬董事长兼总经理	122,000

公司于2009年1月30日召开的2009年第一次临时股东大会决议通过了《第一届董事会独立董事津贴方案》，公司从2009年2月起每月底向独董发放津贴6000元/人/月。

(二) 上述人员在关联企业或相关部门领取薪酬情况

姓名	职务	2008年在关联企业或相关部门领取的年度薪酬	领取薪酬单位名称
孙陶然	董事长	0	北京拉卡拉电子账单技术服务有限公司
	董事长	360,000 元	拉卡拉（北京）电子支付技术服务有限公司
	董事长	0	Capitalsino Management Limited
	董事长	0	Lakala Limited
	副董事长	50,000 美元	Yongye International Inc.
吴铁	董事长	0	北京贯能管理技术服务有限公司
	监事	0	北京朗哲基科技有限公司
晏小平	投资总监 北京公司总经理	120,000 元	达晨创投

五、董事、监事、高级管理人员的兼职情况

姓名	在公司职务	兼职单位	兼职情况	与发行人之关联关系
孙陶然	董事	拉卡拉电子账单技术服务有限公司	董事长	共同控制人之一控制之企业
		拉卡拉（北京）电子支付技术服务有限公司	董事长	共同控制人之一控制之企业
		Capitalsino Management Limited	董事长	共同控制人之一控制之企业
		Lakala Limited	董事长	共同控制人之一控制之企业
		Yongye International Inc.	副董事长	无
吴铁	董事	北京贯能管理技术服务有限公司	董事长	共同控制人之一控制之企业
		北京朗哲基科技有限公司	监事	共同控制人之一控制之企业
晏小平	董事	深圳市达晨创业投资有限公司	投资总监、北京公司总经理	发行人股东
		北京市 PE 协会	常务理事	无
		海淀 VC/PE 协会	理事长	无
		上海网速科技股份有限公司	董事	无

		雅鹿集团股份有限公司	董事	无
		成都天保重型装备股份有限公司	董事	无
		北京拓尔思信息技术股份有限公司	董事	无
		达晨银雷高新（北京）创业投资有限公司	董事、总经理	无
肖星	独立董事	清华大学经济管理学院	副教授	无
		紫光华宇软件股份有限公司	独立董事	无
		北京当代节能置业股份有限公司	独立董事	无
刘晓春	独立董事	中国国际经济贸易仲裁委员会华南分会	副秘书长	无
赵欣舸	独立董事	中欧国际工商学院	金融学教授	无

除上述情况外，公司其他董事、监事、高级管理人员和核心业务人员专职在公司工作，未对外兼职，并已发表声明。

六、公司与董事、监事、高级管理人员及核心业务人员签订的协议及为约束并稳定上述人员采取的措施

（一）与相关人员签订的协议

公司与高级管理人员及核心业务人员签订了《劳动合同》、《员工知识产权及保密协议》，对公司增资时购买过公司股份的董事、监事、高级管理人员及核心业务人员签订了《股份售予合同》。此外，公司未与董事、监事、高级管理人员及核心业务人员签订其他协议。

（二）约束并稳定上述人员采取的措施

1、对高级管理人员及核心业务人员通过签订《劳动合同/管理人员劳动合同》和《员工知识产权及保密协议》，建立对高级管理人员人员及核心业务人员与其岗位相应的约束机制。

2、公司通过新增股份方式向为公司服务多年并有一定贡献的董事、监事、高级管理人员及核心业务人员以一定价格售予股份，同时签订了《股份售予合同》。公司通过该种股权激励的形式对为公司服务多年的员工给予激励，提高员工《劳动合同》约定薪酬福利之外的待遇，同时也实现公司的长远发展。

3、公司对董事、高级管理人员及核心业务人员实行年薪制。

4、公司对上述员工提供丰富的培训进修机会。

七、董事、监事、高级管理人员及核心业务人员作出的重要承诺

赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华、毛宇辉、潘勤、田文凯、陈剑虹作为公司股东及董事、监事、高级管理人员作出的关于所持公司股份自愿锁定的承诺详见本招股说明书“第五章发行人基本情况之八、发行人股本情况之（七）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定的承诺。”

马犁、毛晨、熊剑、罗斌、丁晓东、李林、谢骏、吴哲飞、赵昀、郑佳作为公司股东及核心业务人员作出的关于所持公司股份自愿锁定的承诺详见本招股说明书“第五章发行人基本情况之八、发行人股本情况之（七）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定的承诺。”

非公司股东的其他董事、监事未单独作出重要承诺。

八、董事、监事、高级管理人员的任职资格

公司董事、监事、高级管理人员均具备《公司法》规定的任职资格，不存在下列情况：

1. 因贪污、贿赂、侵占挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序，被判处刑罚，执行期满未逾五年，或者因犯罪被剥夺政治权利，执行期满未逾五年；
2. 担任破产清算公司、企业的董事或者厂长、经理，对该公司、企业的破产负有个人责任的，自该公司、企业破产清算之日起未逾三年；
3. 担任因违法被吊销营业执照、责令关闭的公司、企业的法定代表人，并负有个人责任的，自该公司、企业被吊销营业执照之日起未逾三年；
4. 个人所负数额较大的债务到期未清偿。

九、董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况

董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况：

期间	变化时间	董事、监事、高级管理人员名单及其变动情况
股份公司设立	报告期初至2008年1月16日 股份公司创立大会	董事：赵文权、孙陶然、华浪珊（股权为代其夫吴铁持有）、许志平、高鹏（董事长） 监事：陈良华（公司未设监事会）

以前		高级管理人员：高鹏（经理）、赵文权（首席执行官兼蓝色光标总经理）、许志平（执行总裁）、陈剑虹（财务总监）
股份公司设立以后	2008年1月16日 股份公司创立大会 第一届董事会第一次会议 第一届监事会第一次会议	董事：赵文权（董事长）、孙陶然、吴铁、许志平、高鹏 监事：陈良华（监事会主席）、潘勤、刘璐 聘任高级管理人员：赵文权（总经理）、高鹏（副总经理）、许志平（副总经理）、田文凯（董事会秘书）陈剑虹（财务总监）
	2008年8月11日 2008年第六次临时股东大会	增选董事：晏小平（新增董事） 增选独立董事：肖星、刘晓春、郭惠民
	2008年12月10日 第一届第四次监事会	陈良华辞去监事会主席及监事
	2009年1月24日 2009年第一次临时股东大会	董事因个人原因辞职：高鹏、郭惠民（独立董事） 增选董事：陈良华、赵欣舸（独立董事） 增选监事：毛宇辉
	2009年2月1日 第一届第五次监事会	选举监事会主席：毛宇辉
	2009年3月14日 第一届第十次董事会	解聘高级管理人员：高鹏（副总经理）

股份公司设立后，公司为了进一步完善治理结构，提高管理效率，适应公司规模不断扩大的需要，增选了部分董事、独立董事和监事、选聘了董事会秘书，在保持原有主要人员的基础上，完善了董事、监事、高级管理人员的协调配置。董事会成员高鹏因个人原因辞去董事之职；董事郭惠民因个人原因辞去独立董事之职，均得到公司董事会同意，公司董事会认为个别人员的变动未影响整个董事会的经营决策方向及稳定。

发行人律师认为：发行人最近两年董事、监事和高级管理人员的变更程序符合法律、法规和规范性文件以及发行人《公司章程》的相关规定，合法有效。发行人最近两年董事和高级管理人员未发生重大变化。

保荐人认为：公司最近两年董事、监事及高级管理人员未发生重大变化。

第九章 公司治理

一、公司治理结构建立健全及运行情况

公司根据《公司法》、《证券法》及其他法律法规要求，已建立健全由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的法人治理结构，形成了权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制。股份公司股东大会、董事会和监事会均能按照公司章程和各自的议事规则独立有效运行。

2008年1月16日，北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司召开创立大会，审议通过了股份公司《公司章程》，选举产生了股份公司第一届董事会、监事会。2008年1月17日，股份公司召开2008年第一次临时股东大会，审议通过了股份公司《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》，并于同日召开的股份公司第一届第二次董事会会议通过了《总经理工作细则》。2009年1月24日，股份公司召开了2009年第一次临时股东大会，审议通过了《独立董事工作制度》、《董事会秘书工作细则》、《关联交易管理办法》、《对外投资管理办法》、《对外担保管理办法》、《募集资金管理制度》、《信息披露管理制度》等法人治理制度文件，形成了较为完善的内控制度。2009年3月30日，股份公司召开2008年年度股东大会，审议通过了参照上市公司要求制定和完善的《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》。2009年7月15日，股份公司召开第一届第十一次董事会，审议通过《投资者关系管理办法》、《内部控制有效性的自我评估报告》制度文件。

公司法人治理结构相关制度制定以来，公司股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书一贯依法规范运作履行职责，未出现任何违法违规现象，公司法人治理结构的功能得到不断完善。

二、股东大会依法运作情况

公司股东大会运作规范。自设立以来，公司历次股东大会的召开和表决程序不断规范，符合《公司法》、《公司章程》的相关规定；股东大会对《公司章程》的制定和修改、公司财务决算、利润分配、重大投资计划、公开发行股票、募集资金投向、董事会和监事会成员的选举等事项作出了有效决议。

（一）股东的权利和义务

公司股东为依法持有公司股份者，按照《公司章程》的规定，股东按其所持有股份的种类享有权利，承担义务；持有同一种类股份的股东，享有同等权利，承担同种义务。

1、公司股东享有下列权利

- （1）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；
- （2）依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；
- （3）对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；
- （4）依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；
- （5）查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；
- （6）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；
- （7）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；
- （8）法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

2、公司股东承担下列义务

- （1）遵守法律、行政法规和公司章程；
- （2）依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；
- （3）除法律、法规规定的情形外，不得退股；
- （4）不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；

公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任。

公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任。

- （5）法律、行政法规及公司章程规定应当承担的其他义务。

（二）股东大会的职权

股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

- （1）决定公司的经营方针和投资计划；
- （2）选举和更换董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；
- （3）审议批准董事会的报告；

- (4) 审议批准监事会报告；
- (5) 审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- (6) 审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- (7) 对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- (8) 对发行公司债券作出决议；
- (9) 对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；
- (10) 修改公司章程；
- (11) 对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；
- (12) 审议批准公司章程规定的担保事项；
- (13) 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；
- (14) 审议批准变更募集资金用途事项；
- (15) 审议股权激励计划；
- (16) 审议法律、行政法规、部门规章或公司章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：

- (1) 公司及公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；
- (2) 公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的 30%以后提供的任何担保；
- (3) 为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；
- (4) 单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10%的担保；
- (5) 对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

(三) 股东大会的召开

股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开 1 次，应当于上一会计年度结束后的 6 个月内举行。

有下列情形之一的，公司在事实发生之日起 2 个月以内召开临时股东大会：

- (1) 董事人数不足《公司法》或公司章程规定人数 2/3 时；
- (2) 公司未弥补的亏损达实收股本总额 1/3 时；

- (3) 单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东请求时；
- (4) 董事会认为必要时；
- (5) 监事会提议召开时；
- (6) 法律、行政法规、部门规章或公司章程规定的其他情形。

(四) 股东大会的提案

提案的内容应当属于股东大会职权范围，有明确议题和具体决议事项，并且符合法律、行政法规和公司章程的有关规定。

公司召开股东大会，董事会、监事会以及单独或者合并持有公司 3%以上股份的股东，有权向公司提出提案。

单独或者合计持有公司 3%以上股份的股东，可以在股东大会召开 10 日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后 2 日内发出股东大会补充通知，公告临时提案的内容。

(五) 股东大会的决议

股东大会决议分为普通决议和特别决议。股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的过半数通过。股东大会作出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上通过。

(六) 中小股东的保护

为保护中小股东的权益，《公司章程》和《股东大会议事规则》规定，同次发行的股票，每股发行的条件和价格相同。

公司召开股东大会，董事会、监事会以及单独或者合并持有公司 3%以上股份的股东，有权向公司提出提案。董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权。

公司的实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。公司实际控制人对公司和公司社会公众股东负有诚信义务。实际控制人应严格依法行使出资人的权利，实际控制人不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和社会公众股股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和社会公众股股东的利益。公司实际控制人不得直接或以投资控股、参股、合资、联营或其他形式经营或为他人经营任何与公司的主营业务相同、相近或构成竞争的业务；其高级管理人员不得担任经营与公司主营业务相同、相近或构成竞

争业务的公司或企业的高级管理人员。

公司股东大会、董事会决议内容违反法律、行政法规的，股东有权请求人民法院认定无效。股东大会、董事会的会议召集程序、表决方式违反法律、行政法规或者公司章程，或者决议内容违反公司章程的，股东有权自决议作出之日起 60 日内，请求人民法院撤销。

此外，公司还建立了独立董事制度。公司自设立以来，严格按照国家的法律法规和《公司章程》等有关规定，保护中小股东权益，未发生侵犯中小股东权益的情况。

三、董事会规范运作情况

（一）董事会的构成

公司设董事会，对股东大会负责。董事会由 9 名董事组成，设董事长一人。其中 3 名董事为独立董事，占董事人数的 1/3。

（二）董事会的职权

董事会行使下列职权：

- （1）召集股东大会，并向股东大会报告工作；
- （2）执行股东大会的决议；
- （3）决定公司的经营计划和投资方案；
- （4）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；
- （5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- （6）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；
- （7）拟订公司重大收购、收购公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；
- （8）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、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；超过股东大会授权范围的事项，应当提交股东大会审议；
- （9）决定公司内部管理机构的设置；
- （10）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，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；
- （11）制订公司的基本管理制度；

- (12) 制订公司章程的修改方案；
- (13) 管理公司信息披露事项；
- (14) 向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；
- (15) 听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；
- (16) 法律、行政法规、部门规章或公司章程授予的其他职权。

(三) 董事会召开

董事会每年至少召开两次会议，由董事长召集，董事长不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上董事共同推举一名董事召集和主持。代表 1/10 以上表决权的股东、1/3 以上董事或者监事会，可以提议召开董事会临时会议。董事长应当自接到提议后 10 日内，召集和主持董事会会议。

召开董事会定期会议和临时会议，董事会办公室应当分别提前 10 日和 3 日将书面会议通知，通过电子邮件、邮寄、传真或专人送达的方式，提交全体董事。非直接送达的，还应当通过电话进行确认并作相应记录。

董事会会议应当有过半数的董事出席方可举行。监事可以列席董事会会议；总经理和董事会秘书未兼任董事的，应当列席董事会会议。会议主持人认为有必要的，可以通知其他有关人员列席董事会会议。

(四) 董事会会议决议

董事会会议应当由过半数的董事出席方可举行。每一董事享有一票表决权。董事会作出决议，必须经全体董事的过半数通过。董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，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无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。独立董事应对重大关联交易发表独立意见，必要时有权向公司注册地及主要办事机构所在地中国证监会派出机构报告。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

(五) 董事会专门委员会

公司董事会下设审计委员会、提名委员会与薪酬与考核委员会三个专门委员会，就各专业性事项进行研究，提出意见及建议。各专门委员会对董事会负责，各专门委员会的提案应提交董事会审查决定。

（六）董事会工作情况

公司董事的选聘及辞职均符合《公司章程》及相关规定；董事会依法履行了《公司法》、《公司章程》赋予的权利和义务，会议通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《公司章程》的规定。

四、审计委员会运作情况

（一）审计委员会人员构成

公司审计委员会由3名董事组成，分别为肖星、赵欣舸、吴铁，其中肖星任主任。审计委员会中2名为独立董事，占人数的2/3。公司审计委员会对公司董事会负责。

（二）审计委员会的职权

公司审计委员会行使下列职权：

- （1）提议聘请或更换外部审计机构；
- （2）监督公司的内部审计制度及其实施；
- （3）负责内部审计与外部审计之间的沟通；
- （4）审核公司的财务信息及其披露；
- （5）审查公司的内控制度；
- （6）董事会授权的其他事项。

（三）审计委员会的召开

审计委员会会议分为定期会议和临时会议。

定期会议每年至少召开四次，每季度召开一次，由审计部门向审计委员会报告公司内部审计工作情况和发现的问题，并应每季度向审计委员会提交一次内部审计报告。临时会议须经公司董事长、审计委员会主任或2名以上（含2名）审计委员会委员提议方可召开。

（四）审计委员会的运行情况

2008年12月31日，经公司第一届董事会第八次会议决议通过，公司设立了董事会审计委员会，并将审计部作为其日常工作机构。报告期内公司董事会审计委员会于2009年3月2日和2009年7月15日召开了两次工作会议，审核了如下内容：

- （1）审核了公司2009年度审计工作计划，与会计师事务所协商确定年度财务报告

有关审计事项；

- (2) 审核了会计师事务所对公司 2008 年度财务报告并出具书面审核意见；
- (3) 审核了公司审计部第一季度和第二季度工作汇报；
- (4) 对续聘 2009 年审计会计师事务所进行表决；
- (5) 审核通过《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司内部控制自我评价报告》。

五、监事会规范运作情况

公司监事均按照《公司章程》等相关规定选举产生，会议通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《公司章程》的规定。监事会依法履行了《公司法》、《公司章程》赋予的责任。

(一) 监事会的构成

公司设监事会。监事会由 3 名监事组成，监事会设主席 1 名，其中职工代表监事 1 名。监事会主席由全体监事过半数选举产生。监事会主席召集和主持监事会会议；监事会主席不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上监事共同推举一名监事召集和主持监事会会议。监事会应当包括股东代表和适当比例的公司职工代表，其中职工代表的比例不低于 1/3。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生。

(二) 监事会的职权

监事会行使下列职权：

- (1) 应当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；
- (2) 检查公司财务；
- (3) 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、公司章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；
- (4) 当董事、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；
- (5) 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；
- (6) 向股东大会提出提案；
- (7) 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；

(8) 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。

(三) 监事会会议的召开

监事会每六个月至少召开一次会议。会议通知应当在会议召开十日以前书面送达全体监事。临时会议可以以传真、邮件或专人送达等方式于会议召开前五天通知全体监事。

(四) 监事会会议的决议

监事会的议事方法：以会议方式进行。监事会会议应由监事本人亲自出席，监事因故不能亲自出席时，可委托其他监事代为出席，委托书应明确代理事项和权限。监事会会议应当半数以上监事出席方可举行，每一监事享有一票表决权。监事会做出决议，必须经全体监事半数以上通过。

六、独立董事工作情况

公司现有独立董事3名，公司独立董事数量、人员构成、任职条件、选举程序等符合《公司章程》、《独立董事制度》和中国证监会的有关规定。独立董事制度的建立进一步完善了公司的法人治理结构，使公司在保护中、小股东利益不受侵害，科学决策等方面有了制度保障。独立董事对本次募集资金投资项目、公司经营管理、发展方向及发展战略的选择上均起到了相应的作用。

七、董事会秘书

公司设董事会秘书1名，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料管理，办理信息披露事务等事宜。

公司制订了《董事会秘书工作细则》，规定董事会秘书的主要职责：

(1) 负责公司和证券监管部门、证券交易所、各中介机构、投资者及其他相关机构之间的沟通和联络；

(2) 负责具体的协调和组织信息披露事宜；

(3) 按照法定程序筹备股东大会和董事会会议，准备和提交有关会议文件和资料；

(4) 参加董事会会议和股东大会，制作会议记录并签字；

(5) 负责保管公司股东名册、董事和监事及高级管理人员名册；实际控制人及董事、监事和高级管理人员持有公司股份的资料；股东大会、董事会会议文件和会议记录；

以及其他与信息披露相关的文件、资料等；

(6) 协助董事、监事和其他高级管理人员了解信息披露相关法律、法规、规章、规范性文件和公司章程，以及上市协议中关于其法律责任的内容；

(7) 促使董事会依法行使职权；在董事会拟作出的决议违反法律、法规、规章、规范性文件或者公司章程时，应提醒与会董事，并提请列席会议的监事就此发表意见；如果董事会坚持作出上述决议，董事会秘书应将有关监事和其个人的意见记载于会议记录，同时向证券交易所报告；

(8) 其他依法或依证券交易所的要求而应由董事会秘书履行的职责。

八、重要制度的执行情况

(一)《对外投资制度》

1、对外投资的决策机构

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，公司财务部为对外投资的日常财务管理部门。

2、对外投资的审批权限

公司对外投资实行专业管理和逐级审批制度。

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 5000 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 500 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 5000 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 500 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。

3、对外投资的执行程序

公司短期投资程序：

- (1) 财务部定期编制现金流量状况表；
- (2) 公司投资分析人员根据证券市场上各种证券的情况和其他投资对象的盈利能力编报年度短期投资计划，报董事会、股东大会按照短期投资规模大小进行批准；
- (3) 财务部按投资计划负责将投资计划内的资金划拨至其他货币资金账户；
- (4) 投资操作人员提出证券投资意见，经主管投资的总经理确认后，可申购或买入、卖出证券；
- (5) 主管投资的总经理定期汇总短期投资盈亏情况及市值表，报董事会、股东大会审阅。

公司长期投资程序：

- (1) 公司有关归口管理部门协同财务部门确定投资目的并对投资环境进行考察；
- (2) 公司有关归口管理部门在充分调查研究的基础上编制投资意向书(立项报告)；
- (3) 公司有关归口管理部门编制投资项目可行性研究报告上报财务部门和总经理；
- (4) 按本制度规定的程序办理报批手续；
- (5) 公司有关归口管理部门负责项目的实施运作及经营管理。

(二)《对外担保制度》

1、对外担保的决策机构

公司对外担保必须经董事会或股东大会审议。公司日常负责对外担保事项的职能部门包括财务部、总裁办、审计部。

2、对外担保的审批权限

应由股东大会审批的对外担保，必须经董事会审议通过后，方可提交股东大会审批。须经股东大会审批的对外担保，包括但不限于下列情形：

- (1) 公司及其控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50% 以后提供的任何担保；
- (2) 公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的 30% 以后提供的任何担保；
- (3) 为资产负债率超过 70% 的担保对象提供的担保；

(4) 单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10%的担保；

(5) 对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

公司在一年内对外担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%的，应当由股东大会以特别决议通过。

应由董事会审批的对外担保，除应当经全体董事的过半数通过外，必须经出席董事会的三分之二以上董事同意。

3、对外担保的执行程序

被担保人向公司申请担保，提供包括被担保人近三年的资产负债表、损益表和现金流量表、未来一年财务预测、贷款偿还情况明细表（含利息支付）及相关合同、公司高层管理人员简介、银行信用、对外担保明细表、资产抵押/质押明细表、投资项目有关合同及可行性分析报告等相关资料。

公司收到被担保企业的申请及调查资料后，由审计部对被担保企业的资信状况、该项担保的利益和风险进行充分分析，并对被担保企业生产经营状况、财务情况、投资项目进展情况、人员情况进行实地考察，通过各项考核指标对被担保企业的盈利能力、偿债能力、成长能力进行评价，就是否提供担保、反担保具体方式和担保额度提出建议，经总经理审查同意后上报董事会。

公司股东大会或董事会作出担保决议后，由总裁办审查有关主债权合同、担保合同和反担保合同等法律文件，由总裁办代表公司与主债权人签订书面担保合同，与反担保提供方签订书面反担保合同。

（三）重要制度的执行情况

公司近三年内未发生重大对外投资及担保事项。

九、发行人报告期内规范运作情况

截至本招股说明书签署日，公司报告期内不存在违法违规行为；不存在为实际控制人及其控制的其他企业担保的情况；不存在资金被实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。

十、内部控制制度完整性、合理性和有效性的自我评估意见

公司董事会认为：公司已经建立了完整、合理、有效的内部控制体系，且符合公司

的实际情况；公司的内部控制制度得到了有效地执行，保证了内部控制目标的达成。现有的内部控制体系不存在重大缺陷，与财务报表相关的内部控制所有重大方面是完整、合理、有效的。由于公司的内部环境和外部环境的持续变化，公司原有内控体系可能出现不适应或偏差，公司将及时对内控体系进行补充和完善，为财务报告的有效性、真实性和完整性，以及公司战略、经营目标的实现提供有力的保障。

十一、注册会计师关于发行人内部控制制度完整性、合理性及有效性的鉴证意见

天职国际对公司内部控制制度出具的内部控制鉴证报告天职京审字【2009】1942-4号《内部控制鉴证报告》认为：“蓝色光标按照《企业内部控制基本规范》及相关规范于2009年6月30日在所有重大方面保持了有效的内部控制。”

十二、发行人投资者权益保护的情况

为使所有投资者能够平等享有获取公司信息、享受资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利，公司制定了《信息披露管理办法》、《投资者关系管理办法》。

公司信息披露工作由董事会统一领导和管理，董事长是公司信息披露的第一责任人；董事会秘书负责协调和组织公司信息披露工作的具体事宜。公司董事会办公室为公司信息披露的常设机构和股东来访接待机构。公司在中国证券监督管理委员会指定的信息披露媒体和深圳证券交易所网站上刊登公司公告和披露相关信息。

投资者关系管理是通过充分的信息披露，运用金融和市场营销原理加强与投资者的沟通，促进投资者对公司的了解和认同，实现公司价值最大化的战略管理行为。旨在树立尊重投资者、对投资者负责的企业文化和管理理念；加强与投资者的沟通，促进投资者对公司的了解和认同，在投资者中建立公司的诚信度，树立公司良好的资本市场形象；促进公司的诚信自律、规范运作；提高公司透明度，改善公司治理结构；最终实现公司价值最大化和投资者利益最大化。

第十章 财务会计信息与管理层分析

公司提醒投资者关注本招股说明书所附财务报表和审计报告全文,以获取全部的财务资料。本章的财务数据及有关分析说明反映了公司 2006 年度、2007 年度、2008 年度以及 2009 年 1-6 月份经审计的财务报表及附注的主要内容。引用的财务数据,如无特别说明,单位为“元”。

一、公司近三年及一期简要财务报表

(一) 简要合并资产负债表

资产	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
流动资产:				
货币资金	86,561,996.64	106,500,998.33	47,446,754.70	15,820,173.33
应收票据	1,488,376.00	2,560,106.00	450,000.00	
应收账款	55,437,459.38	47,032,001.23	55,692,374.66	33,733,108.65
预付款项	502,579.08	486,627.90	1,318,936.94	6,207,349.31
其他应收款	8,552,847.27	6,471,011.14	9,664,754.47	10,555,741.83
存货			6,000.00	30,000.00
流动资产合计	152,543,258.37	163,050,744.60	114,578,820.77	66,346,373.12
非流动资产:				
固定资产	65,006,274.65	65,130,058.13	1,184,234.38	1,255,350.49
无形资产	436,713.45	249,159.12		
商誉	18,761,169.00	18,761,169.00		
长期待摊费用	5,189,155.16	4,799,874.50	634,634.83	697,936.08
非流动资产合计	89,393,312.26	88,940,260.75	1,818,869.21	1,953,286.57
资产总计	241,936,570.63	251,991,005.35	116,397,689.98	68,299,659.69
负债和股东权益	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
流动负债:				
短期借款	30,000,000.00	30,000,000.00		
应付账款	3,665,546.10	2,524,844.41	1,875,495.30	1,842,717.14
预收款项	11,011,301.75	14,244,670.25	5,876,298.50	1,101,620.90

应付职工薪酬	4,744,439.56	11,409,058.66	10,629,095.20	6,389,626.27
应交税费	5,155,557.43	7,061,417.26	1,308,720.22	2,149,798.18
应付股利		10,444,680.00		
其他应付款	824,075.62	1,492,349.31	4,953,309.24	1,019,733.63
流动负债合计	55,400,920.46	77,177,019.89	24,642,918.46	12,503,496.12
非流动负债：				
非流动负债合计				
负债合计	55,400,920.46	77,177,019.89	24,642,918.46	12,503,496.12
所有者权益（或股东权益）：				
实收资本（或股本）	60,000,000.00	58,700,000.00	1,500,000.00	1,500,000.00
资本公积	84,309,555.95	81,709,555.95	14,755,731.35	14,755,731.35
盈余公积	4,164,563.33	4,164,563.33	750,000.00	362,703.93
未分配利润	34,290,968.52	27,285,351.38	53,945,002.29	26,167,894.88
归属于母公司所有者（或股东）权益合计	182,765,087.80	171,859,470.66	70,950,733.64	42,786,330.16
少数股东权益	3,770,562.37	2,954,514.80	20,804,037.88	13,009,833.41
所有者（或股东）权益合计	186,535,650.17	174,813,985.46	91,754,771.52	55,796,163.57
负债和股东权益总计	241,936,570.63	251,991,005.35	116,397,689.98	68,299,659.69

（二）简要合并利润表

项目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
一、营业总收入	143,715,187.40	327,303,990.43	216,650,271.57	133,038,251.31
其中：营业收入	143,715,187.40	327,303,990.43	216,650,271.57	133,038,251.31
二、营业总成本	113,925,792.31	269,363,048.77	174,718,366.09	119,255,980.86
其中：营业成本	58,684,568.82	149,449,419.33	100,176,825.25	63,268,641.96
营业税金及附加	7,918,754.03	16,690,961.96	5,209,800.58	2,727,167.46
销售费用	33,242,090.39	76,286,385.02	44,295,492.93	34,199,145.53
管理费用	12,965,878.55	25,479,526.49	24,881,565.30	17,611,841.16
财务费用	429,800.82	-405,025.27	-200,499.52	-72,038.79
资产减值损失	684,699.70	1,861,781.24	355,181.55	1,521,223.54
三、营业利润（损失以“-”号填列）	29,789,395.09	57,940,941.66	41,931,905.48	13,782,270.45
加：营业外收入	430,350.84	1,718,834.67	143,627.00	161,554.31

减：营业外支出	35,020.29	172,714.62	394,745.47	104,650.00
其中：非流动资产处置损失	34,080.29	74,111.37	130,581.49	1,650.00
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	30,184,725.64	59,487,061.71	41,680,787.01	13,839,174.76
减：所得税费用	7,688,060.93	15,076,293.58	307,686.03	536,390.14
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	22,496,664.71	44,410,768.13	41,373,100.98	13,302,784.62
归属于母公司所有者的净利润	21,680,617.14	43,354,699.14	33,564,403.48	12,169,914.56
少数股东损益	816,047.57	1,056,068.99	7,808,697.50	1,132,870.06
六、每股收益：				
（一）基本每股收益	0.36	0.79		
（二）稀释每股收益	0.36	0.79		
七、其他综合收益	-	20,354,037.88		-
八、综合收益总额	22,496,664.71	64,764,806.01	41,373,100.98	13,302,784.62
归属于母公司所有者的综合收益总额	21,680,617.14	63,708,737.02	33,564,403.48	12,169,914.56
归属于少数股东的综合收益总额	816,047.57	1,056,068.99	7,808,697.50	1,132,870.06

（三）简要合并现金流量表

项目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006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	132,801,925.43	348,857,221.86	197,264,027.57	121,082,178.20
收到的其他与经营活动有关的现金	2,273,575.74	2,792,508.88	7,317,273.16	1,029,762.42
经营活动现金流入小计	135,075,501.17	351,649,730.74	204,581,300.73	122,111,940.62
购买商品、接受劳务支付的现金	57,646,339.76	151,318,609.44	98,018,640.62	70,104,890.28
支付给职工以及为职工支付的现金	41,491,645.68	68,284,769.92	29,570,306.59	20,611,839.53
支付的各项税费	18,110,045.22	28,518,183.15	7,159,827.00	2,526,613.43
支付其他与经营活动有关的现金	12,974,023.87	38,010,652.49	32,045,886.87	26,410,087.19
经营活动现金流出小计	130,222,054.53	286,132,215.00	166,794,661.08	119,653,430.43
经营活动产生的现金流量净额	4,853,446.64	65,517,515.74	37,786,639.65	2,458,510.19
二、投资活动产生的现金流量：				
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	6,960.00	86,850.00	3,140.00	150,195.12
投资活动现金流入小计	6,960.00	86,850.00	3,140.00	150,195.12

购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,713,313.33	69,135,189.56	763,198.28	1,568,943.67
投资支付的现金		2,150,000.00		
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额		11,589,412.55		
投资活动现金流出小计	2,713,313.33	82,874,602.11	763,198.28	1,568,943.67
投资活动产生的现金流量净额	-2,706,353.33	-82,787,752.11	-760,058.28	-1,418,748.55
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	3,900,000.00	53,100,000.00		
取得借款收到的现金		40,000,000.00		
筹资活动现金流入小计	3,900,000.00	93,100,000.00		
偿还债务支付的现金		10,000,000.00		
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	25,986,095.00	6,775,520.00	5,400,000.00	320,000.00
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润				
筹资活动现金流出小计	25,986,095.00	16,775,520.00	5,400,000.00	320,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	-22,086,095.00	76,324,480.00	-5,400,000.00	-320,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响				
五、现金及现金等价物净增加额	-19,939,001.69	59,054,243.63	31,626,581.37	719,761.64
加：期初现金及现金等价物余额	106,500,998.33	47,446,754.70	15,820,173.33	15,100,411.69
六、期末现金及现金等价物余额	86,561,996.64	106,500,998.33	47,446,754.70	15,820,173.33

(四) 合并所有者权益变动表

项 目	2009年1—6月								
	归属于母公司股东权益							少数股东权益	股东权益合计
	股本	资本公积	减：库存股	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	其他		
一、上年年末余额	58,700,000.00	81,709,555.95		4,161,563.33		27,285,351.38		2,954,514.80	174,813,985.46
加：会计政策变更									
前期差错更正									
二、本期年初余额	58,700,000.00	81,709,555.95		4,161,563.33		27,285,351.38		2,954,514.80	174,813,985.46
三、本期增减变动金额 (减少以“-”号填列)	1,300,000.00	2,600,000.00				7,005,617.14		816,047.57	11,721,664.71
(一) 净利润						21,680,617.14		816,047.57	22,496,664.71
(二) 直接计入股东权益的利得和损失									

1. 可供出售金融资产公允价值变动净额								
2. 权益法下被投资单位其他股东权益变动的影响								
3. 与计入股东权益项目相关的所得税影响								
4. 其他								
上述(一)和(二)小计					21,680,617.14	816,047.57		22,496,664.71
(三) 股东投入和减少资本	1,300,000.00	2,600,000.00						3,900,000.00
1. 股东投入资本	1,300,000.00	2,600,000.00						3,900,000.00
2. 股份支付计入股东权益的金额								
3. 其他								
(四) 利润分配					-14,675,000.00			-14,675,000.00
1. 提取盈余公积								
2. 提取一般风险准备								
3. 对所有者(或股东)的分配					-14,675,000.00			-14,675,000.00
4. 其他								
(五) 股东权益内部结转								
1. 资本公积转增资本(或股本)								
2. 盈余公积转增资本(或股本)								
3. 盈余公积弥补亏损								
4. 其他								
四、本期期末余额	60,000,000.00	84,309,555.95	4,161,563.33		34,290,968.52	3,770,562.37		186,535,650.17

项 目	2008 年								
	归属于母公司股东权益							少数股东权益	股东权益合计
	股本	资本公积	减：库存股	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	其他		
一、上年年末余额	1,500,000.00	14,755,731.35		750,000.00		53,945,002.29		20,804,037.88	91,754,771.52
加：会计政策变更									
前期差错更正									
二、本年期初余额	1,500,000.00	14,755,731.35		750,000.00		53,945,002.29		20,804,037.88	91,754,771.52
三、本期增减变动金额(减少以“-”号填列)	57,200,000.00	66,953,824.60		3,414,563.33		-26,659,650.91		-17,849,523.08	83,059,213.94
(一) 净利润						43,354,699.14		1,056,068.99	44,410,768.13
(二) 直接计入股东权益的利得和损失								1,898,445.81	1,898,445.81
1. 可供出售金融资产公									

允价值变动净额									
2. 权益法下被投资单位其他股东权益变动的影响									
3. 与计入股东权益项目相关的所得税影响									
4. 其他							1,898,445.81	1,898,445.81	
上述(一)和(二)小计					43,354,699.14		2,954,514.80	46,309,213.94	
(三) 股东投入和减少资本	58,700,000.00	81,709,555.95					-20,804,037.88	119,605,518.07	
1. 股东投入资本	58,700,000.00	61,355,518.07					-450,000.00	119,605,518.07	
2. 股份支付计入股东权益的金额									
3. 其他		20,354,037.88					-20,354,037.88		
(四) 利润分配				3,777,267.26	-19,677,267.26			-15,900,000.00	
1. 提取盈余公积				3,777,267.26	-3,777,267.26				
2. 提取一般风险准备									
3. 对所有者(或股东)的分配							-15,900,000.00	-15,900,000.00	
4. 其他									
(五) 股东权益内部结转	-1,500,000.00	-14,755,731.35		-362,703.93	-50,337,082.79			-66,955,518.07	
1. 资本公积转增资本(或股本)									
2. 盈余公积转增资本(或股本)									
3. 盈余公积弥补亏损									
4. 其他	-1,500,000.00	-14,755,731.35		-362,703.93	-50,337,082.79			-66,955,518.07	
四、本期期末余额	58,700,000.00	81,709,555.95		4,164,563.33	27,285,351.38		2,954,514.80	174,813,985.46	

项 目	2007 年								
	归属于母公司股东权益							少数股东权益	股东权益合计
	股本	资本公积	减： 库存股	盈余公积	一般 风险 准备	未分配利润	其他		
一、上年年末余额	1,500,000.00	14,755,731.35		362,703.93		26,167,894.88	13,009,833.41	55,796,163.57	
加：会计政策变更									
前期差错更正									
二、本期年初余额	1,500,000.00	14,755,731.35		362,703.93		26,167,894.88	13,009,833.41	55,796,163.57	
三、本期增减变动金额 (减少以“-”号填列)				387,296.07		27,777,107.41	7,794,204.47	35,958,607.95	
(一) 净利润						33,564,403.48	7,808,697.50	41,373,100.98	
(二) 直接计入股东权益的利得和损失									
1. 可供出售金融资产公允价值变动净额									

2. 权益法下被投资单位其他股东权益变动的影 响								
3. 与计入股东权益项目 相关的所得税影响								
4. 其他								
上述(一)和(二)小计					33,564,403.48	7,808,697.50	41,373,100.98	
(三) 股东投入和减少 资本						-14,493.03	-14,493.03	
1. 股东投入资本								
2. 股份支付计入股东权 益的金额								
3. 其他						-14,493.03	-14,493.03	
(四) 利润分配			387,296.07	-5,787,296.07			-5,400,000.00	
1. 提取盈余公积			387,296.07	-387,296.07				
2. 提取一般风险准备								
3. 对所有者(或股东) 的分配					-5,400,000.00		-5,400,000.00	
4. 其他								
(五) 股东权益内部结 转								
1. 资本公积转增资本 (或股本)								
2. 盈余公积转增资本 (或股本)								
3. 盈余公积弥补亏损								
4. 其他								
四、本期期末余额	1,500,000.00	14,755,731.35	750,000.00		53,945,002.29	20,804,037.88	91,754,771.52	

项 目	2006年								
	归属于母公司股东权益							少数股东权益	股东权益 合计
	股本	资本公积	减： 库存 股	盈余公积	一般 风险 准备	未分配利润	其他		
一、上年年末余额	1,500,000.00	14,755,731.35		362,703.93		13,997,980.32	11,876,963.35	42,493,378.95	
加：会计政策变更									
前期差错更正									
二、本期年初余额	1,500,000.00	14,755,731.35		362,703.93		13,997,980.32	11,876,963.35	42,493,378.95	
三、本期增减变动金额 (减少以“-”号填列)						12,169,914.56	1,132,870.06	13,302,784.62	
(一) 净利润						12,169,914.56	1,132,870.06	13,302,784.62	
(二) 直接计入股东权 益的利得和损失									
1. 可供出售金融资产公 允价值变动净额									
2. 权益法下被投资单位									

其他股东权益变动的影 响							
3. 与计入股东权益项目 相关的所得税影响							
4. 其他							
上述(一)和(二)小计					12,169,914.56	1,132,870.06	13,302,784.62
(三) 股东投入和减少 资本							
1. 股东投入资本							
2. 股份支付计入股东权 益的金额							
3. 其他							
(四) 利润分配							
1. 提取盈余公积							
2. 提取一般风险准备							
3. 对所有者(或股东) 的分配							
4. 其他							
(五) 股东权益内部结 转							
1. 资本公积转增资本 (或股本)							
2. 盈余公积转增资本 (或股本)							
3. 盈余公积弥补亏损							
4. 其他							
四、本期期末余额	1,500,000.00	14,755,731.35	362,703.93		26,167,894.88	13,009,833.41	55,796,163.57

(五) 简要母公司资产负债表

资 产	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
流动资产：				
货币资金	58,522,974.19	81,457,681.39	1,171,486.80	423,613.28
应收票据	713,376.00	2,560,106.00		
应收账款	26,888,855.97	21,327,071.50	383,656.98	666,060.40
预付款项	444,071.00	234,949.00	480,000.00	106,578.80
其他应收款	12,670,766.67	15,641,930.75	4,968,907.39	4,608,510.13
流动资产合计	99,240,043.83	121,221,738.64	7,004,051.17	5,804,762.61
非流动资产：				
长期股权投资	34,561,942.59	33,861,942.59	73,029,544.00	41,188,058.29
固定资产	63,840,680.74	63,731,199.04	81,072.86	130,226.67
无形资产	298,083.50	249,159.12		

长期待摊费用	4,381,215.47	3,673,337.93		
非流动资产合计	103,081,922.30	101,515,638.68	73,110,616.86	41,318,284.96
资产总计	202,321,966.13	222,737,377.32	80,114,668.03	47,123,047.57
负债和股东权益	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
流动负债：				
短期借款	30,000,000.00	30,000,000.00		
应付账款	1,612,121.77	685,221.54	14,616.68	16,841.00
预收款项	8,008,876.20	11,381,354.57		
应付职工薪酬	2,551,050.22	7,543,610.12	945,686.07	730,561.43
应交税费	1,964,154.30	3,152,728.42	33,050.22	99,401.16
应付股利		10,444,680.00		
其他应付款	621,613.05	621,690.15	13,694,776.28	3,489,913.82
流动负债合计	44,757,815.54	63,829,284.80	14,688,129.25	4,336,717.41
非流动负债：				
非流动负债合计				
负债合计	44,757,815.54	63,829,284.80	14,688,129.25	4,336,717.41
所有者权益（或股东权益）：				
实收资本（或股本）	60,000,000.00	58,700,000.00	1,500,000.00	1,500,000.00
资本公积	82,464,399.24	79,864,399.24	14,755,731.35	14,755,731.35
盈余公积	4,161,563.33	4,161,563.33	750,000.00	362,703.93
未分配利润	10,935,188.02	16,179,129.95	48,420,807.43	26,167,894.88
归属于母公司所有者（或股东）权益合计	157,564,150.59	158,908,092.52	65,426,538.78	42,786,330.16
少数股东权益				
所有者（或股东）权益合计	157,564,150.59	158,908,092.52	65,426,538.78	42,786,330.16
负债和股东权益总计	202,321,966.13	222,737,377.32	80,114,668.03	47,123,047.57

（六）简要母公司利润表

项 目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
一、营业总收入	78,067,521.75	164,510,675.20	2,886,427.32	7,897,919.48
其中：营业收入	78,067,521.75	164,510,675.20	2,886,427.32	7,897,919.48
二、营业总成本	65,567,187.00	137,993,187.45	5,979,002.94	7,297,709.42
其中：营业成本	34,658,477.68	80,878,098.15	1,455,552.40	3,423,433.42

营业税金及附加	4,293,713.69	9,048,087.12	158,753.52	434,385.58
销售费用	18,211,180.21	32,918,717.88	2,493,296.68	2,005,064.28
管理费用	7,565,710.71	13,745,063.12	1,997,943.02	1,367,710.75
财务费用	478,173.00	-51,383.83	-10,529.34	-11,410.60
资产减值损失	359,931.71	1,454,605.01	-116,013.34	78,525.99
投资收益（损失以“-”号填列）		17,774,482.57	31,156,359.04	11,569,704.50
三、营业利润（损失以“-”号填列）	12,500,334.75	44,291,970.32	28,063,783.42	12,169,914.56
加：营业外收入	200,000.00			
减：营业外支出	5,613.42	24,318.46	23,574.80	
其中：非流动资产处置损失				
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	12,694,721.33	44,267,651.86	28,040,208.62	12,169,914.56
减：所得税费用	3,263,663.26	6,494,979.29		
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	9,431,058.07	37,772,672.57	28,040,208.62	12,169,914.56
六、每股收益：				
七、其他综合收益	-	18,508,881.17	-	-
八、综合收益总额	9,431,058.07	56,281,553.74	28,040,208.62	12,169,914.56

（七）简要母公司现金流量表

项 目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006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	70,665,944.63	152,487,098.18	3,183,694.08	7,509,303.27
收到的其他与经营活动有关的现金	7,292,830.67	5,211,914.61	11,064,014.94	1,095,920.47
经营活动现金流入小计	77,958,775.30	157,699,012.79	14,247,709.02	8,605,223.74
购买商品、接受劳务支付的现金	33,578,792.20	78,302,255.07	1,463,579.78	3,362,230.67
支付给职工以及为职工支付的现金	23,920,495.80	25,723,640.96	2,557,989.89	1,396,605.92
支付的各项税费	9,328,837.90	13,066,425.19	293,227.04	381,555.75
支付其他与经营活动有关的现金	8,800,036.27	42,035,697.34	3,082,624.84	3,264,820.85
经营活动现金流出小计	75,628,162.17	159,128,018.56	7,397,421.55	8,405,213.19
经营活动产生的现金流量净额	2,330,613.13	-1,429,005.77	6,850,287.47	200,010.55
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金		56,754,741.98	214,873.33	

取得投资收益收到的现金		17,579,605.79		
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额				
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额		820,698.14		
收到其他与投资活动有关的现金		17,555,506.57		
投资活动现金流入小计		92,710,552.48	214,873.33	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,479,225.33	67,910,727.12	17,287.28	128,561.79
投资支付的现金	700,000.00	2,650,000.00	900,000.00	300,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额		18,359,105.00		
投资活动现金流出小计	3,179,225.33	88,919,832.12	917,287.28	428,561.79
投资活动产生的现金流量净额	-3,179,225.33	3,790,720.36	-702,413.95	-428,561.79
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	3,900,000.00	53,100,000.00		
取得借款收到的现金		40,000,000.00		
筹资活动现金流入小计	3,900,000.00	93,100,000.00		
偿还债务支付的现金		10,000,000.00		
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	25,986,095.00	5,175,520.00	5,400,000.00	
筹资活动现金流出小计	25,986,095.00	15,175,520.00	5,400,000.00	
筹资活动产生的现金流量净额	-22,086,095.00	77,924,480.00	-5,400,000.00	
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响				
五、现金及现金等价物净增加额	-22,934,707.20	80,286,194.59	747,873.52	-228,551.24
加：期初现金及现金等价物余额	81,457,681.39	1,171,486.80	423,613.28	652,164.52
六、期末现金及现金等价物余额	58,522,974.19	81,457,681.39	1,171,486.80	423,613.28

二、审计意见类型及财务报表编制基础

（一）审计意见类型

天职国际接受公司全体股东委托，对公司 2006 年 12 月 31 日、2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日和 2009 年 6 月 30 日的资产负债表及合并资产负债表，2006 年度、2007 年度、2008 年度和 2009 年 1-6 月的利润表及合并利润表、所有者权益变动表及合并所有者权益变动表、现金流量表及合并现金流量表以及财务报表附注进行了审计，并出具了标准无保留意见的审计报告（天职京审字【2009】1942 号）。

（二）财务报表编制基础

本财务报表以公司持续经营假设为基础，根据实际发生的交易事项，按照财政部2006年2月15日颁布的《企业会计准则》及其应用指南的有关规定，并按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露规范问答第7号-新旧会计准则过渡期间比较会计信息的编制及披露的规定》，以及《企业会计准则第38号-首次执行企业会计准则》中有关追溯调整的相关规定，按照本章“四、报告期内采用的重要会计政策和会计估计”所述重要会计政策、会计估计进行编制。

（三）财务报表编制主体

公司设立为股份有限公司时起至2009年6月30日运行不足3年，设立为股份有限公司之前各会计期间的财务报表主体为公司的前身北京蓝色光标数码科技有限公司及其控股子公司，控股子公司按照对其控制为原则确定纳入财务报表合并范围，设立为股份有限公司之前各会计期间的股东权益变动情况详见本章“一、公司近三年及一期简要财务报表之（四）合并所有者权益变动表”。

三、合并财务报表范围及变化情况

（一）合并财务报表的编制方法

公司合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制指一个公司能够决定另一个公司的财务和经营政策，并能据以从另一个公司的经营活动中获取利益的权力。

合并财务报表以母公司和子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，按照权益法调整母公司对子公司的长期股权投资后编制。合并时抵销母公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易对合并财务报表的影响，并计算少数股东权益后，由母公司合并编制。

在报告期内因同一控制下企业合并增加子公司，编制合并财务报表时，调整合并资产负债表的期初数，将该子公司合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表，并将现金流量纳入合并现金流量表。

在报告期内因非同一控制下企业合并增加子公司，编制合并财务报表时，不调整合并资产负债表的期初数，将该子公司购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表，并将现金流量纳入合并现金流量表。

在报告期内处置子公司，编制合并财务报表时，不调整合并资产负债表的期初数，

将该子公司期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表，并将现金流量纳入合并现金流量表。

（二）合并报表范围及变化情况

报告期内公司合并报表范围及变更情况如下：

单位名称	级别	是否纳入合并报表范围			
		2009年1-6月	2008年	2007年	2006年
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	母公司	是	是	是	是
北京蓝色光标公关顾问有限公司	子公司	是	是	是	是
北京智扬唯美科技咨询有限公司	子公司	是	是	是	是
北京蓝色印象品牌顾问有限公司	子公司	是	是	未设立	未设立
上海君缘公共关系服务有限公司	子公司	是	是	未设立	未设立
广州蓝色光标市场顾问有限公司*1	子公司	是	是	未收购	未收购
上海蓝色光标公关服务有限公司*1	子公司	是	是	未收购	未收购
北京博思瀚扬企业策划有限公司*1	子公司	是	是	未收购	未收购
北京欣博思顾问有限公司*1	孙公司	是	是	未收购	未收购
北京畅益思科技发展有限公司*1	孙公司	是	是	未收购	未收购
北京欣风翼科技有限公司*1	孙公司	是	是	未收购	未收购
香港蓝色光标公共关系有限公司	子公司	是	未设立	未设立	未设立
北京动力飞扬公关咨询有限公司*2	子公司	已注销	已注销	是	是
北京蓝标智扬科技有限公司*2	子公司	已注销	已注销	是	是
北京智扬唯信公关顾问有限公司*2	子公司	已注销	已注销	是	是
北京蓝标时间市场顾问有限公司*3	子公司	已注销	是	是	是
北京蓝标动力科技咨询服务有限公司*3	子公司	已注销	是	是	是
广州蓝标信息科技有限公司*3	子公司	已注销	是	未收购	未收购
北京蓝标印象科技有限公司*3	子公司	已注销	是	是	是

注：1. 为企业合并增加子公司，详见“本章节三、合并财务报表范围及变化情况之（三）企业合并情况”的相关内容。

注：2. 2007年3月1日，公司2006年年度股东会决议通过，调整公司结构，关闭北京动力飞扬公关咨询有限公司、北京蓝标智扬科技有限公司、北京智扬唯信公关顾问有限公司三家公司，均于2007年度完成了工商注销手续。

注：3. 2008年8月7日，公司第一届七次董事会决议通过，由于业务发展需要，调整对外投资构架，决议注销全资子公司北京蓝标时间市场顾问有限公司、北京蓝标动力科技咨询服务

有限公司、广州蓝标信息科技有限公司和北京蓝标印象科技有限公司。截至 2009 年 6 月 30 日，上述公司已完成工商注销手续。

（三）企业合并情况

1、非同一控制下企业合并

（1）2008年2月19日，本公司2008年第二次临时股东大会决议，收购上海蓝色光标公关服务有限公司（以下简称“上海蓝标”）、广州蓝色光标市场顾问有限公司（以下简称“广州蓝标”）、广州蓝标信息科技有限公司（以下简称“蓝标信息”）100%股权。

2008年2月29日，本公司与上海蓝标股东签订股东转让协议，以其出资额受让上海蓝标100%股权。同日，上海蓝标通过《股东会决定》，批准了上述转让，据此购买日确定为2008年2月29日。

2008年3月31日，本公司与广州蓝标股东签订股东转让协议，以零成本受让广州蓝标100%股权。同日，广州蓝标通过《股东会决议》，批准了上述转让，据此购买日确定为2008年3月31日。

2008年3月31日，本公司与蓝标信息股东签订股东转让协议，以出资额受让蓝标信息100%股权。同日，蓝标信息通过《股东会决议》，批准了上述转让，据此购买日确定为2008年3月31日。

根据协议约定，上述3家公司的合并成本分别为110万元、0元、10万元，收购日账面净资产分别为1,157,269.89元、-5,167,889.96元、1,630,137.43元，收购日可辨认净资产公允价值以账面值为依据确认，合并成本与可辨认净资产公允价值之间的差额分别为-57,269.89元、5,167,889.96元、-1,530,137.43元，据此合并上海蓝标、蓝标信息确认当期营业外收入1,587,407.32元，合并广州蓝标确认商誉5,167,889.96元。

被收购公司自购买日起至 2008 年末的收入、净利润和现金流量等情况具体如下（单位：万元）：

单位名称	收入总额	净利润	经营现金净流量
上海蓝色光标公关服务有限公司	1,121.27	34.69	49.10
广州蓝色光标市场顾问有限公司	3,858.29	1,032.95	440.94
广州蓝标信息科技有限公司	4.61	-58.96	57.76

（2）2008年2月19日，公司2008年第二次临时股东大会决议通过，收购北京博思瀚扬企业策划有限公司，北京博思瀚扬企业策划有限公司下属有三家全资子公司，主打品牌为“欣风翼”。根据转让方与受让方签订的股权收购协议，标的股权为100%，首

先购买目标公司的 51%股权，股权转让价款为 1,800 万元，股权交割日为 2008 年 4 月 29 日，剩余的 49%股权受让方有权根据目标公司的利润完成情况分四个年度实施收购，也有权根据目标公司经营情况终止收购。

根据双方的协议约定及股权变更情况，确定购买日为 2008 年 4 月 30 日，收购对价 1,800 万元，均以货币资金支付，收购过程中发生的评估、审计及律师等服务费用共计 359,105 元，购买日合并成本计算为 18,359,105 元。

北京联首资产评估事务所有限公司对被合并方股东权益，以 2008 年 4 月 30 日为基准日，按照未来收益折现法进行了评估，评估值为 35,758,500 元，并出具联首评字【2008】第 1010 号评估报告。根据该评估报告得知，被合并单位属于现代服务行业，拥有的资产 90%以上为流动资产，评估取价的依据主要为盈利预测、与客户签订长期服务协议，另外公司无形的资源主要以人为主，上述综合因素导致以收益法评估。该评估值作为公司首次购买被合并方 51%股权收购对价的确定依据。

天职国际会计师事务所有限公司对被合并方基准日为 2008 年 4 月 30 日的财务报表进行了审计，并出具天职京审字【2008】1465 号审计报告，审计后的资产总额为 9,410,249.92 元，主要为货币资金等流动资产；负债总额为 5,535,870.71 元，主要为应付账款等流动负债，所有者权益为 3,874,379.21 元。

按照企业会计准则规定，由企业控制的客户资源、人力资源所引起的评估增值部分不符合无形资产的确认条件，同时公司所反映的资产与负债主要为各项流动资产和流动负债，因此这些资产、负债的公允价值的确定与其账面价值一致。被收购公司 2008 年 4 月 30 日的可辨认净资产公允价值依据账面价值确定为 3,874,379.21 元，按照 51%的持股比例计算，购买日取得的可辨认净资产公允价值为 1,975,933.40 元，购买日合并报表确认商誉 16,383,171.60 元。

被收购公司购买日至 2008 年 12 月 31 日的收入总额为 1,356.16 万元、净利润为 215.52 万元，经营性现金流量净额为 233.91 万元。

2、收购子公司少数股东股权

2008 年 1 月 17 日，公司 2008 年第一次临时股东大会决议通过，收购北京蓝标动力科技咨询服务有限公司、北京蓝标时间市场顾问有限公司、北京蓝标印象科技有限公司、北京智扬唯美科技咨询有限公司四家子公司少数股东持有的股权，实现对该四家公司 100%持股，收购股权比例分别为 30%、20%、20%、20%，收购价格为少数股东出资额，分

别为 15 万元、10 万元、10 万元、10 万元。

(四) 处置子公司情况

单位：万元

企业名称		2007 年度			处置日			年初至处置日	
		资产总额	负债总额	权益总额	资产总额	负债总额	权益总额	收入总额	利润总额
2008 年处置子公司	北京蓝标时间市场顾问有限公司	8,820.70	2,307.63	6,513.07	49.21	1.10	48.11	2,536.94	1,142.96
	北京蓝标动力科技咨询服务有限公司	4,482.89	2,887.00	1,595.89	257.69	0.49	257.20	355.16	4.92
	北京蓝标印象科技有限公司	4,360.87	3,838.33	522.54	64.69	-	64.69	216.09	26.17
	广州蓝标信息科技有限公司	419.43	315.37	104.06	0.64	-	0.64	80.99	-0.01

单位：万元

企业名称		2006 年度			处置日			年初至处置日	
		资产总额	负债总额	权益总额	资产总额	负债总额	权益总额	收入总额	利润总额
2007 年处置子公司	北京动力飞扬公关咨询有限公司	489.86	485.03	4.83	151.03	149.37	1.66	-	-1.72
	北京蓝标智扬科技有限公司	10.00	-	10.00	9.82	-	9.82	-	-0.18
	北京智扬唯信公关顾问有限公司	10.00	-	10.00	100.00	-	100.00	-	-

四、报告期内采用的重要会计政策和会计估计

(一) 计量属性在本期发生变化的报表项目及其本期采用的计量属性

公司采用的计量属性包括历史成本、重置成本、可变现净值、现值和公允价值。报告期内无计量属性发生变化的报表项目。

(二) 现金流量表之现金等价物的确定标准

现金流量表的现金指企业库存现金及可以随时用于支付的存款。现金等价物指持有的期限短（一般是指从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

(三) 收入确认和计量的具体方法

1、商品销售收入：公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；相关

的经济利益很可能流入企业；收入的金额和相关的成本能够可靠地计量，确认收入的实现。

2、提供劳务收入：对在同一会计年度内开始并完成的劳务，于完成劳务时确认收入；如果劳务的开始和完成分属不同的会计年度，则在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，于期末按完工百分比法确认相关的劳务收入。

完工百分比确认方法：与客户签订的合同或确认函约定的服务期限为准，以已提供服务的时间占服务总期限的比例来确定完工进度，依据项目预算的总成本及确认的完工进度来确定项目成本。

如果在资产负债表日提供劳务交易结果不能可靠估计的，区分以下情况处理：

A、已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。

B、已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，则不确认提供劳务收入。

（四）金融资产和金融负债的确认和计量

1、金融资产和金融负债的分类

金融资产分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项和可供出售金融资产等四类。

金融负债分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）和其他金融负债两类。

2、金融工具的确认依据

金融工具的确认依据为：当成为金融工具合同的一方时，公司确认与之相关的金融资产或金融负债。

3、金融资产和金融负债的计量

公司初始确认金融资产或金融负债，按照公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

金融资产的后续计量：按照公允价值进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产

时可能发生的交易费用。但是，下列情况除外：

A、持有至到期投资以及贷款和应收款项，采用实际利率法，按摊余成本计量。

B、在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

金融负债的后续计量：采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量。但是，下列情况除外：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用

4、主要的金融资产公允价值和主要的金融负债公允价值的确定方法

金融资产公允价值的确定方法：

A、存在活跃市场的金融资产，将活跃市场中的报价确定为公允价值；

B、金融资产不存在活跃市场的，采用估值技术确定公允价值。采用估值技术得出的结果，反映估值日在公平交易中可能采用的交易价格。

金融负债公允价值的确定方法：采用公允价值计量的金融负债全部直接参考年末活跃市场中的报价。

5、金融资产转移的确认和计量

公司发生金融资产转移时，如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

A、所转移金融资产的账面价值；

B、因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分（在此种情况下，所保留的服务资产应当视同未终止确认金融资产的一部分）之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

A、终止确认部分的账面价值；

B、终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

6、金融资产减值测试方法和减值准备计提方法

在资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。金融资产发生减值的客观证据，包括下列各项：

- A、发行方或债务人发生严重财务困难；
- B、债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；
- C、公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生困难的债务人作出让步；
- D、债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；
- E、因发行方发生重大财务困难，该金融资产无法在活跃市场继续交易；
- F、债务人经营所处的技术、市场、经济和法律环境等发生重大不利变化，使公司可能无法收回投资成本；
- G、权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌；
- H、其他表明金融资产发生减值的客观证据。

金融资产减值损失的计量

- A、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产不需要进行减值测试；
- B、持有至到期投资的减值损失的计量：按预计未来现金流现值低于期末账面价值的差额计提减值准备；

C、应收款项坏账确认标准、坏账准备核算方法

a、坏账的确认标准：公司对于因债务人破产或者死亡，以其破产财产或者遗产清偿后仍无法收回的应收款项和因债务人逾期未履行其偿债义务，而且具有明显特征表明无法收回的应收款项确认为坏账损失

b、坏账准备的计提方法：

单项金额重大的（单笔金额为 100 万元以上的应收款项），单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备；单项金额不重大的（单笔金额为 100 万元以下且账龄未超过三年的应收款项）和经单独测试未减值的应收款项，采用账龄分析法，按应收款项的账龄和规定的提取比例确认减值损失，

计提坏账准备

单项金额不重大但按信用风险特征组合法组合后风险较大的应收款项（单笔金额为100万元以下账龄超过三年的应收款项），单独进行测试，并计提个别坏账准备，经单独测试未减值的应收款项，采用账龄分析法，按应收款项的账龄和规定的提取比例确认减值损失。具体标准如下：

账龄	一年以内	一至二年	二至三年	三年以上
计提比例	5%	30%	50%	100%

母公司与子公司之间的内部往来不计提坏账准备，但在母公司对子公司的长期股权投资账面价值减记至零的情况下，对其债权按母公司应分担子公司的亏损额计提坏账准备。

（五）长期股权投资的核算方法

1、长期股权投资的初始计量

（1）同一控制下的企业合并形成的长期股权投资，在合并日按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的对价之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

（2）非同一控制下的企业合并形成的长期股权投资，在购买日按照《企业会计准则第20号—企业合并》确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。

（3）以支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出。

（4）以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

（5）投资者投入的长期股权投资，按照投资合同或协议约定的价值作为初始投资成本，但合同或协议约定价值不公允的除外。

（6）非货币性资产交换取得长期股权投资，如该项交换具有商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠地计量，以换出资产的公允价值和应支付的相关税费确定其初始投资成本，公允价值与换出资产账面价值的差额计入当期损益，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠。

如该项交换不具有商业实质或换入资产或换出资产的公允价值不能够可靠地计量，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入的长期股权投资成本，不确认损

益。

(7) 债务重组取得的长期股权投资的成本按其公允价值入账。

2、长期股权投资的后续计量及收益确定方法

(1) 能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算。编制合并财务报表时按照权益法进行调整；

(2) 对被投资单位不具有共同控制或重大影响，并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资采用成本法核算；

(3) 对被投资单位具有共同控制或重大影响的长期股权投资采用权益法核算。

采用成本法核算的长期股权投资在被投资单位宣告分派的现金股利或利润时，确认为当期投资收益。确认投资收益，仅限于被投资单位接受投资后产生的累积净利润的分配额，所获得的利润或现金股利超过上述数额的部分作为初始投资成本的收回。

自 2009 年 1 月 1 日起，采用成本法核算的长期股权投资，除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认投资收益，不再划分是否属于投资前和投资后被投资单位实现的净利润。

采用权益法核算的长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的初始投资成本；长期股权投资的初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。取得长期股权投资后，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益的份额，确认投资损益并调整长期股权投资的账面价值。按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应分得的部分，相应减少长期股权投资的账面价值。

对于被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

3、具有共同控制、重大影响的确定依据

(1) 共同控制是指按照合同约定对某项经济活动所共同控制，仅在与该项经济活动相关的重要财务和经营决策需要分享控制权的投资方一致同意时存在。

(2) 重大影响是指对一个企业的财务和经营决策有参与的权利，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。

(3)在确定能否对被投资单位实施控制或施加重大影响时，同时考虑公司和其他方持有的被投资单位当期可转换债券、当期可执行认股权证等潜在表决权因素。

(六) 固定资产核算方法

1、固定资产的标准及确认条件

公司固定资产系为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的并且使用寿命超过一年的有形资产。

固定资产同时满足下列条件的，予以确认：与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、固定资产分类

房屋建筑物、办公设备、运输工具。

3、固定资产的计量和折旧

公司固定资产按照成本进行初始计量。

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用年限和预计净残值率确定折旧率。

符合资本化条件的固定资产装修费用，在两次装修期间与固定资产尚可使用年限两者中较短的期间内，采用年限平均法单独计提折旧。

融资租赁方式租入的固定资产，能合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

各类固定资产折旧年限和年折旧率如下：

资产类别	预计使用年限	预计净残值率	年折旧率
房屋建筑物	40年	4%	2.4%
办公设备	3-5年	4%	19.2%-32%
运输工具	4年	4%	24%

公司于每年年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，预计数与原先估计数有差异的，调整原先估计数，并按会计估计变更处理。

4、固定资产后续支出

固定资产的后续支出，如与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业且该固定资产的成本能够可靠地计量，则计入固定资产成本，如有被替换的部分，扣除其账面价值；

否则，在发生时计入当期损益。

5、固定资产减值准备：按公司“资产减值规定”处理。

（七）无形资产核算方法

1、无形资产的计价、使用寿命和摊销

公司无形资产按照成本进行初始计量。

使用寿命有限的无形资产，自该无形资产可供使用时起，在使用寿命期内分期平均摊销，计入损益。使用寿命不确定的无形资产不予摊销。

源自合同性权利或其他法定权利取得的无形资产，其使用寿命不应超过合同性权利或其他法定权利的期限；没有明确的合同或法律规定的无形资产，根据专家论证、同行业的情况以及历史经验等来确定使用寿命。如果经过这些努力确实无法合理确定无形资产为企业带来经济利益期限，再将其作为使用寿命不确定的无形资产。

如果预计某项无形资产已不能为企业带来未来经济利益的，将该无形资产的账面价值全部转入管理费用。

公司无形资产包括计算机软件等，计算机软件按照 3-5 年进行摊销。

公司不存在使用寿命不确定的无形资产。

2、无形资产的减值准备：按公司“资产减值规定”处理。

3、研究开发费用核算方法

（1）研究阶段支出是指为获得并理解新的科学或技术知识而进行的独创性的有计划调查所发生的支出。

公司内部研究项目的研究阶段支出，于发生时计入当期损益。

（2）开发阶段支出是在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等过程中所发生的支出。

公司内部研究项目的开发阶段支出，同时满足下列条件时确认为无形资产，否则计入当期损益：

A、完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

B、具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

C、无形资产产生经济利益方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场；

D、有足够的技术、财务资源和其他资源条件支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

E、归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠计量。

（八）商誉核算方法

1、商誉的确认

非同一控制下企业合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉。视企业合并方式不同，控股合并情况下，该差额是指合并财务报表中应列示的商誉；吸收合并情况下，该差额是购买方在其账簿及个别财务报表中应确认的商誉。初始确认后的商誉，应当以其成本扣除累计减值准备后的金额计量。商誉在确认以后，持有期间不进行摊销。

2、商誉的减值：按公司“资产减值规定”处理。

（九）长期待摊费用核算方法

公司的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，主要包括开办费、房屋装修支出等。长期待摊费用除开办费在开始生产经营当月一次计入损益外，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。

自有房屋的装修支出按照5年的期限进行摊销。

（十）资产减值的核算方法

1、减值测试的范围

公司对于长期股权投资、固定资产、在建工程、无形资产、商誉等长期资产，每期末判断相关资产是否存在可能发生减值的迹象。因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

2、资产减值损失的确认

资产减值损失是根据期末各项资产预计可收回金额低于其账面价值的差额确认。

另外，成本法核算的、在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资，将该投资的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益。

资产减值损失确认后，减值资产的折旧或者摊销费用应当在未来期间作相应调整，

以使该资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的资产账面价值（扣除预计净残值）。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

3、预计可收回金额的确定方法

根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

4、资产组的认定及减值

有迹象表明一项资产可能发生减值的，以单项资产为基础估计其可收回金额。难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。同时，考虑企业管理层管理生产经营活动的方式和对资产的持续使用或者处置的决策方式等。

资产组一经确定，各个会计期间应当保持一致，不得随意变更。

公司进行资产减值测试时，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。

资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认相应的减值损失；账面价值包括商誉分摊额的，减值损失金额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。

（十一）职工薪酬的核算

职工薪酬，是指公司为获得职工提供的服务而给予各种形式的报酬以及其他相关支出。在职工提供服务的会计期间，将应付的职工薪酬确认为负债，根据职工提供服务的受益对象计入相应的产品成本、劳务成本、资产成本或当期损益。

（十二）所得税核算

公司所得税费用的会计处理采用资产负债表债务法。

1、递延所得税资产的确认

（1）公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是同时具有下列特征的交易中因资产或负

债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：

- A、该项交易不是企业合并；
- B、交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额(或可抵扣亏损)。

(2) 公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：

- A、暂时性差异在可预见的未来很可能转回；
- B、未来很可能获得用来抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

(3) 公司对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

2、递延所得税负债的确认

除下列情况产生的递延所得税负债以外，公司确认所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债：

- (1) 商誉的初始确认；
- (2) 同时满足具有下列特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：

- A、该项交易不是企业合并；
- B、交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额(或可抵扣亏损)。

(3) 公司对与子公司、联营公司及合营企业投资产生相关的应纳税暂时性差异，同时满足下列条件的：

- A、投资企业能够控制暂时性差异的转回的时间；
- B、该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

3、所得税费用计量

公司将当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：

- (1) 企业合并；
- (2) 直接在所有者权益中确认的交易或事项。

(十三) 申报会计年度主要会计政策、会计估计的变更和重大会计差错更正及其影响

1、会计政策的变更

公司 2008 年 1 月 1 日为新企业会计准则首次执行日，根据《企业会计准则第 38 号

-首次执行企业会计准则》中有关追溯调整的相关规定，对涉及到的报表项目进行了追溯，主要为公司对子公司的长期股权投资由权益法改为成本法，但不影响合并财务报表相关项目。

按照成本法追溯调整原则如下：公司以 2007 年 11 月 30 日的净资产折股，将有限公司整体变更为股份公司，该时点以前按照权益法确认长期股权投资账面价值的部分已折合为股本，因此 2008 年 1 月 1 日执行企业会计准则时，对于股份公司设立时长期股权投资的账面价值已折成股份的不再追溯调整。

2、会计估计的变更

本财务报告期间未发生会计估计变更事项。

3、前期会计差错更正

本财务报告期间无前期会计差错更正事项。

五、税项

（一）流转税及附加

税种	计税基础	税率
增值税	商品销售收入	17%或 4%、3%
营业税	服务收入	5%
城市维护建设税	应纳营业税额	7%或 1%
教育费附加	应纳营业税额	3%
河道维护管理费（上海）	应纳营业税额	1%
堤围防护费（广州）	服务收入	0.13%

1、增值税说明

北京欣风翼科技有限公司为增值税一般纳税人适用 17%税率，北京畅益思科技发展有限公司为增值税小规模纳税人适用 4%税率，自 2009 年 1 月 1 日起税率由 4%降至 3%，合并范围内其他公司不涉及增值税相关业务。

2、城市维护建设税说明

除上海君缘公共关系服务有限公司、上海蓝色光标公关服务有限公司及北京蓝标印象科技有限公司城市维护建设税适用 1%的税率外，其他公司适用 7%的税率。

3、税收优惠说明

北京蓝标时间市场顾问有限公司按照北京市海淀区地方税务局文件免税批复（京地税海减免税一字【2005】008059），根据财税【2003】192号文件规定，属于新办服务型企业，从2005年11月9日起至2008年11月8日止除广告业、桑拿、按摩、网吧、氧吧外所取得的服务业税目的收入免征营业税、城市维护建设税、教育费附加。

北京蓝标动力科技咨询服务有限公司按照北京市海淀区地方税务局文件免税批复（京地税海减免营字【2004】000422），根据财税【2003】192号文件规定，属于新办服务型企业，从2004年04月29日起至2007年04月28日止除广告业、桑拿、按摩、网吧、氧吧外所取得的服务业税目的收入免征营业税、城市维护建设税、教育费附加。

广州蓝标信息科技有限公司根据穗地税广州天河区地税局减免字【2006】000283号减免税批准通知书规定，属于新办服务型企业，从2005年12月1日起至2008年11月30日止除广告业、桑拿、按摩、网吧、氧吧外所取得的服务业税目的收入免征营业税、城市维护建设税、教育费附加。

（二）企业所得税

公司所得税会计处理采用债务法，按应纳税所得额和当期适用之税率计缴所得税。

北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司按照北京市海淀区国家税务局《高新技术企业免征企业所得税批复》（海国税批复【2003】04085号）文件，根据京国税（1994）068号和京国税（1997）130号文件规定，享受高新技术企业三免三减半的税收优惠政策，2003年1月1日至2005年12月31日免征企业所得税，经过申请备案2006年-2008年减半征收企业所得税。

北京蓝标时间市场顾问有限公司按照北京市海淀区国家税务局《减税、免税批复通知书》（海国税批复【2003】02115号）文件，根据财税【2003】192号文件规定，享受下岗再就业新办服务型企业三年免征企业所得税的优惠政策，自2005-2007年免征企业所得税。

北京蓝标印象科技有限公司享受高新技术企业三免三减半的税收优惠政策，根据京国税（1994）068号和京国税（1997）130号文件规定，经过申请备案，2005年-2007年免征企业所得税，2008年-2010年减半征收企业所得税。

北京蓝标动力科技咨询服务有限公司按照北京市海淀区国家税务局《高新技术企业免征企业所得税批复》（海国税批复【2003】56274号）文件，根据京国税（1994）068号和京国税（1997）130号文件规定，享受高新技术企业三免三减半的税收优惠政策，自

2003年6月至2005年12月免征企业所得税，经过申请备案，2006年-2008年减半征收企业所得税。

北京蓝色光标公关顾问有限公司按照北京市朝阳区国家税务局《减免税申请审批表通知书》（朝国税批复【2007】300401号）文件，根据财税字【94】001号及京国税发【2002】162号文件规定，享受新办第三产业免征一年的税收优惠政策，自2007年1月1日起至2007年12月31日免征企业所得税。

北京智扬唯美科技咨询有限公司享受高新技术企业三免三减半的税收优惠政策，根据京国税（1994）068号和京国税（1997）130号文件规定，经过申请备案，2005年-2007年免征企业所得税，2008年-2010年减半征收企业所得税。

广州蓝标信息科技有限公司按照广州天河区国家税务局第七税务分局《减免税事项通知书》（天七国税内减免字[2006]000023号、天七国税内减免字[2006]000042号）文件，根据财税[2002]208号文件规定，享受安置下岗失业人员再就业企业的减免税优惠政策，免征2006年度、2007年度、2008年度企业所得税。

本报告期公司及所属控股子公司、分公司所得税税率为：

公司名称	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	25%	25%	7.5%	7.5%
北京蓝色光标公关顾问有限公司	25%	25%	免征	33%
北京智扬唯美科技咨询有限公司	25%	25%	免征	免征
北京蓝色印象品牌顾问有限公司	25%	25%	不适用	不适用
上海君缘公共关系服务有限公司	25%	25%	不适用	不适用
广州蓝色光标市场顾问有限公司	25%	25%	不适用	不适用
上海蓝色光标公关服务有限公司	25%	25%	不适用	不适用
北京博思瀚扬企业策划有限公司	25%	25%	不适用	不适用
北京动力飞扬公关咨询有限公司	不适用	不适用	33%	33%
北京蓝标智扬科技有限公司	不适用	不适用	33%	33%
北京智扬唯信公关顾问有限公司	不适用	不适用	33%	33%
北京蓝标时间市场顾问有限公司	不适用	25%	免征	免征
北京蓝标动力科技咨询服务有限公司	不适用	25%	7.5%	7.5%
广州蓝标信息科技有限公司	不适用	25%	不适用	不适用
北京蓝标印象科技有限公司	不适用	25%	免征	免征
北京蓝标印象科技有限公司上海分公司	不适用	25%	33%	33%

注：“不适用”为企业尚未设立、已注销、已清算或尚未收购并入公司的情况。

自 2008 年 1 月 1 日起，公司及所属控股子公司统一按照新企业所得税法执行 25% 的税率，原享受高新技术企业三免三减半的税收优惠政策不再延续。

（三）其他税项

按照国家 and 地方有关规定计算缴纳。

（四）报告期公司税收优惠影响

公司报告期内享受的上述税收优惠政策对公司的影响，发行人律师和保荐人发表如下意见：

发行人律师经核查认为：

广州蓝标信息科技有限公司（以下简称“蓝标信息”）分别于 2006 年 3 月 16 日和 2006 年 8 月 2 日取得广州市天河区国家税务局第七税务分局出具的《减免税事项通知书》（天七国税内减免字[2006]号第 000023 号）及《减免税事项通知书》（天七国税内减免字[2006]第 000042 号），自 2006 年 1 月 1 日起依据财税[2002]208 号文享受免征企业所得税优惠不符合相关法律法规的规定；除此之外，发行人及其下属子公司享受税收优惠已由相关的有权税务机关批准或备案，发行人及其下属子公司所享受的税收优惠合法、合规、真实、有效。鉴于蓝标信息已于 2009 年 1 月 13 日完成税务注销手续，并于 2009 年 4 月 3 日完成工商注销手续，蓝标信息的前述情形不会对发行人本次发行及上市构成实质性影响。

发行人的实际控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平和陈良华已于 2009 年 8 月 28 日出具《承诺函》，作出承诺：若税务机关在任何时间要求发行人或其下属子公司补缴任何税款或者对发行人或其下属子公司因纳税事宜作出任何处罚，并且税务机关要求发行人或其下属子公司补缴税款或者作出处罚的原因/事由发生在本次发行及上市前，则其承诺对发行人或其下属子公司应税务机关要求所支付的全部款项，包括但不限于补缴税款的金额、滞纳金、罚款等，并承担全部及连带赔偿责任，以使发行人及其下属子公司免受损失。

综上所述，本所认为，发行人及其下属子公司在报告期内享受税收优惠对发行人本次发行及上市不构成实质性影响；发行人符合《中华人民共和国证券法》、《中华人民共和国公司法》和《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》等规定的公开发行股票的条件。

本次发行保荐人经核查：发行人除蓝标信息自 2006 年 1 月 1 日起享受免征企业所

得税优惠不符合相关法律法规的规定外，发行人及其下属子公司在报告期内所享受的减免税优惠均已取得有权税务机关的批准，或已在有权税务机关备案，相关税收优惠合法、合规、真实、有效。鉴于蓝标信息已于 2009 年 1 月 13 日完成税务注销手续，并于 2009 年 4 月 3 日完成工商注销手续，同时，根据发行人实际控制人关于税收的承诺函“若税务机关在任何时间要求发行人或其下属子公司补缴任何税款或者对发行人或其下属子公司因纳税事宜作出任何处罚，并且税务机关要求发行人或其下属子公司补缴税款或者作出处罚的原因/事由发生在本次发行及上市前，则其承诺对发行人或其下属子公司应税务机关要求所支付的全部款项，包括但不限于补缴税款的金额、滞纳金、罚款等，并承担全部及连带赔偿责任，以使发行人及其下属子公司免受损失”。

保荐人认为：发行人及其下属子公司在报告期内享受税收优惠政策对本次发行上市不构成实质性影响，发行人符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》的发行上市条件。

六、公司最近一年及一期收购情况

公司最近一年及一期收购情况，详见本招股说明书“第五章发行人基本情况之七、发行人设立以来组织架构调整情况之（四）公司对‘欣风翼’品牌的收购”和“本章三、合并财务报表范围及变化情况之（三）企业合并情况”。

公司最近一年及一期无被收购企业资产总额或营业收入或净利润超过收购前公司相应项目 20%（含）的情况。

七、公司最近三年及一期非经常性损益情况

（一）经注册会计师核验的非经常性损益明细表

依据经注册会计师核验的非经常性损益明细表，公司最近三年及一期非经常性损益的具体内容、金额如下表：

项目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
非流动资产处置损益(包括已计提资产减值准备的冲销部分)	-33,729.45	-7,684.53	-130,571.49	-1,650.00
计入当期损益的政府补助，但与公司业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外	430,000.00	65,000.00	127,000.00	132,097.01
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有的被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益		1,587,407.32		

根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响		1,889,693.25		
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-940.00	-98,602.74	-247,546.98	-73,542.70
非经常性损益合计	395,330.55	3,435,813.30	-251,118.47	56,904.31
减：所得税影响金额	98,832.64	7,178.18		
扣除所得税影响后的非经常性损益	296,497.91	3,428,635.12	-251,118.47	56,904.31
其中：归属于母公司所有者的非经常性损益	297,394.87	3,363,219.69	-201,953.04	55,823.45
归属于少数股东的非经常性损益	-896.96	65,415.43	-49,165.43	1,080.86
合并净利润	22,496,664.71	44,410,768.13	41,373,100.98	13,302,784.62
其中：归属于母公司所有者的净利润	21,680,617.14	43,354,699.14	33,564,403.48	12,169,914.56
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润金额	21,383,222.27	39,991,479.45	33,766,356.52	12,114,091.11

报告期非经常损益明细的说明

1、企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有的被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益

2008 年度非同一控制下合并上海蓝标、蓝标信息，合并成本小于可辨认净资产公允价值的差额 1,587,407.32 元计入营业外收入。

2、根据税收、会计等法律法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响

根据财政部 2006 年 2 月 15 日颁布的《企业会计准则》及其指南规定，公司将企业会计准则首次执行日 2008 年 1 月 1 日的应付福利费余额转入应付职工薪酬科目，至 2008 年末尚未使用完的部分冲减当期管理费用 1,889,693.25 元。

(二) 非经常性损益对经营成果的影响

非经常性损益 (收益为“+”，损失为“-”)	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
非经常性损益合计	395,330.55	3,435,813.30	-251,118.47	56,904.31
减：所得税影响金额	98,832.64	7,178.18		
扣除所得税影响后的非经常性损益	296,497.91	3,428,635.12	-251,118.47	56,904.31
净利润	22,496,664.71	44,410,768.13	41,373,100.98	13,302,784.62
占净利润比重	1.32%	7.72%	-0.61%	0.43%
扣除非经常性影响损益后的净利润金额	22,200,166.80	40,982,133.01	41,624,219.45	13,245,880.31

报告期内，2006 年、2007 年扣除所得税影响后的非经常性损益金额很小，对经营成果影响不大；2008 年该比重为 7.72%，主要形成原因是：应付福利费转回 1,889,693.25

元和合并上海蓝标、蓝标信息时，成本小于可辨认净资产公允价值的差额 1,587,407.32 元。

八、公司最近三年及一期主要财务指标

财务指标	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
流动比率	2.75	2.11	4.65	5.31
速动比率	2.75	2.11	4.65	5.30
资产负债率（母公司）	22.12%	28.66%	18.33%	9.20%
应收账款周转率（次/年）	2.57	5.87	4.56	4.52
息税折旧摊销前利润（元）	33,240,755.68	61,685,408.08	42,761,232.34	14,765,066.89
归属于公司股东的净利润（元）	21,680,617.14	43,354,699.14	33,564,403.48	12,169,914.56
归属于公司股东的扣除非经常损益后的净利润（元）	21,383,222.27	39,991,479.45	33,766,356.52	12,114,091.11
利息保障倍数（倍）	35.24	255.44	-	-
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.08	1.12	-	-
每股净现金流量（元）	-0.33	0.94	-	-
基本每股收益（元）	0.36	0.79	-	-
稀释每股收益（元）	0.36	0.79	-	-
归属于公司股东每股净资产（元）	3.05	2.93	-	-
扣除非经常性损益后的净资产收益率（全面摊薄）	12.04%	23.99%	49.68%	28.20%
无形资产占净资产比例（扣除土地使用权）	0.23%	0.14%	0%	0%

九、发行人资产评估报告

（一）公司整体改制时的资产评估

公司在整体变更为股份有限公司时，聘请了沃克森（北京）国际资产评估有限公司对公司股东权益价值进行了评估。根据该评估机构出具的沃克森评报字【2008】第 0007 号资产评估报告的评估结论，评估情况如下：评估基准日 2007 年 11 月 30 日，该基准日企业资产总额账面价值 7,961.51 万元，负债总额 1,265.96 万元，净资产 6,695.55 万元（业经天职国际审计）；采用成本法评估后资产 8,270.15 万元，负债总额 1,266.90 万元，净资产 7,003.25 万元，增值率 4.60%；评估最终选用的收益法评估后净资产为 8,509.44 万元，净资产评估增值 1,813.89 万元，增值率 27.09%。

上述评估值仅作为折股参考，公司未根据评估结果进行账务处理。

（二）公司收购博思瀚扬及其所属三家子公司的资产评估

2008年4月，公司为了收购“欣风翼”品牌，聘请了北京联首资产评估事务所有限公司对博思瀚扬及其所属三家子公司在2008年4月30日所表现的价值进行了评估。根据该评估机构出具的联首评字【2008】第1010号资产评估报告的评估结论，评估情况如下：博思瀚扬及其所属三家子公司在评估基准日2008年4月30日的公允价值评估值为3,575.85万元。

（三）编制2008年合并报表时的资产评估

2008年，公司收购博思瀚扬公司股权，成本为18,359,105元，享有该公司51%的净资产权益份额，合并成本与所享净资产权益份额的差额为16,383,171.60元，形成商誉。

按照会计准则与公司会计政策规定，2008年年末，公司对商誉进行了减值测试，根据沃克森对博思瀚扬2008年12月31日的股东权益进行评估，并出具的《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司财务报告项目资产评估报告》（沃克森评报字【2009】第0009号），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，公司期末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。

（四）财务报告项目资产评估报告

2009年8月28日，公司对收购博思瀚扬股权产生的商誉进行了减值测试，根据沃克森对博思瀚扬2009年6月30日的股东权益进行评估，并出具的《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司财务报告—商誉减值测试评估项目资产评估报告书》（沃克森评报字【2009】第0069号），按照收益法评估值为3,755.69万元，经审计的所有者权益账面值为769.50万元。

十、发行人设立以来历次验资情况及发起人投入资产的计量属性

（一）发行人历次验资

1、有限公司设立

2002年10月29日，北京天平会计师事务所有限责任公司出具了天平验资【2002】

第 2202 号验资报告，股东以货币出资，公司注册资本 10 万元。货币资金于 2002 年 10 月 18 日全部到位。

2、有限公司增资至 150 万元

2004 年 10 月 30 日，公司股东大会同意赵文权、孙陶然、华浪珊（代吴铁持股）、许志平、陈良华、高鹏 6 名自然人对公司增资，注册资本增至 150 万元。此次增资未经验资，凭“交存入资资金凭证”进行了工商变更及备案，2004 年 11 月 4 日，公司取得增资后的企业法人营业执照。上述增资资金于 2004 年 11 月 2 日全部到账。

2009 年 8 月 28 日，北京兴华会计师事务所有限责任公司对该次出资进行了复核，并出具了《关于北京蓝色光标数码科技有限公司 2004 年 11 月注册资本增加情况的专项复核报告》（（2009）京会兴核字第 1-33 号），其结论为“根据我们的复核，有限公司各股东对公司新增注册资本的实际出资形式、实际出资时间与有限公司章程的相关规定以及北京市工商行政管理局内资企业变更登记审核表的登记情况相符，截至 2004 年 11 月 2 日，有限公司已足额收到各股东认购的本次新增注册资本合计人民币 1,400,000.00 元。”

针对此次增资，未经验资事宜，发行人律师和保荐人发表如下意见：

发行人律师认为：根据北京市工商行政管理局于 2004 年 2 月 15 日颁布并施行的《北京市工商局改革市场准入制度优化经济发展环境若干意见》的规定，投资人以货币形式出资的，应到设有“注册资本（金）入资专户”的银行开立“企业注册资本（金）专用账户”交存货币注册资本（金）；工商行政管理机关根据入资银行出具的《交存入资资金凭证》确认投资人缴付的货币出资数额。根据发行人提供的《招商银行北京分行交存入资资金凭证》、《中国农业银行北京市分行交存入资资金凭证》、《中国工商银行北京市分行交存入资资金凭证》以及《建行北京工商大厦支行交存入资资金报告单》，高鹏、许志平、陈良华、孙陶然、赵文权及华浪珊已于 2004 年 11 月 2 日分别将 15 万元、25 万元、25 万元、25 万元和 25 万元存入有限公司的账户。故根据发行人律师对发行人提供的文件资料的审查，有限公司已就此次股权转让及增资在北京市工商行政管理局办理了工商变更登记手续，北京市工商行政管理局于 2004 年 11 月 4 日向有限公司换发了《企业法人营业执照》（注册号：1101082495215）。北京兴华会计师事务所有限责任公司于 2009 年 8 月 28 日出具了《关于北京蓝色光标数码科技有限公司 2004 年 11 月注册资本增加情况的专项复核报告》（（2009）京会兴核字第 1-33 号），根据该复核报

告，有限公司各股东对新增注册资本的实际出资方式、实际出资时间与数码科技章程的相关规定以及北京市工商行政管理局内资企业变更登记审核表的登记情况相符，截至2004年11月2日，有限公司已足额收到各股东认购的本次新增注册资本合计140万元。据此，高鹏、赵文权、孙陶然、许志平、陈良华及华浪珊已依法履行了出资义务。

保荐人认为：根据《北京市工商局改革市场准入制度优化经济发展环境若干意见》（京工商发【2004】19号）第十三条“三、改革内资企业注册资本（金）验证办法：‘投资人以货币形式出资的，应到设有‘注册资本（金）入资专户’的银行开立‘企业注册资本（金）专用账户’交存货币注册资本（金）。工商行政管理机关根据入资银行出具的《交存入资资金凭证》确认投资人缴付的货币出资数额。’”发行人2004年10月注册资本增加时北京市工商行政管理局实行该规范性文件，发行人增资款项均足额缴汇公司注册资本专用账户，凭“交存入资资金凭证”进行了工商变更及备案。2009年8月28日，北京兴华会计师事务所有限责任公司对该次出资进行了复核，确认“截至2004年11月2日，有限公司已足额收到各股东认购的本次新增注册资本合计人民币1,400,000.00元。”另外，上述股东出具了《关于公司设立以来有关情况的专项说明》，对公司历次增资进行了确认，公司产权清晰，对公司上市不产生实质影响。

3、有限公司整体变更设立股份公司

2008年1月15日，天职国际会计师事务所有限公司出具天职京验字【2008】9号验资报告，有限公司股东以2007年11月30日经审计的净资产66,955,518.07元进行出资，整体变更为股份有限公司，注册资本5,000万元。

4、股份公司增资至5,300万元

2008年4月3日，天职国际会计师事务所有限公司出具了天职京验字【2008】18号验资报告，股东以货币资金600万元注资，以每股2元增资300万股，注册资本增至5,300万元。货币资金于2008年4月2日全部到位。

5、股份公司增资至5,750万元

2008年7月7日，天职国际会计师事务所有限公司出具了天职京验字【2008】30号验资报告，股东以货币资金4,350万元注资，以每股9.6667元增资450万股，注册资本增至5,750万元。货币资金于2008年7月4日全部到位。

6、股份公司增资至5,870万元

2008年9月16日，天职国际会计师事务所有限公司出具了天职京验字【2008】38号验资报告，股东以货币资金360万元注资，以每股3元增资120万股，注册资本增至5,870万元。货币资金于2008年9月11日全部到位。

7、股份公司增资至6,000万元

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。2009年2月12日，天职国际会计师事务所有限公司出具了天职京核字【2009】159号验资报告，股东以货币资金390万元注资，以每股3元增资130万股，注册资本增至6,000万元。货币资金于2009年2月10日全部到位。2009年8月28日，北京兴华会计师事务所有限责任公司对该次出资进行了复核，并出具了《关于北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司2009年2月注册资本增加情况的专项复核报告》（（2009）京会兴核字第1-34号），其结论为“根据我们的复核，贵公司各股东对公司新增注册资本的实际出资形式、实际出资时间与贵公司股东大会决议和章程的相关规定相符，截至2009年2月10日，贵公司已足额收到各股东认购的本次新增注册资本合计人民币1,300,000.00元。各股东以货币出资3,900,000.00元，按照每股人民币3元的价格折成股本1,300,000.00股，其余2,600,000.00元计入资本公积。”

（二）发起人设立时投入资产的计量属性

公司属于整体变更设立，发起人投入的资产均按照历史成本计价。

十一、报告期内会计报表附注中或有事项、期后事项和其他重要事项

（一）或有事项

公司没有需要在财务报表附注中说明的或有事项。

（二）承诺事项

公司没有需要在财务报表附注中说明的承诺事项。

（三）资产负债表日后事项

1、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，转让价格为3.5元/股（其中唐勇转让价格为8.33元/股）。此次股权转让完成了章程修

改，2009年7月23日工商变更已完成。

2、2009年7月8日公司提前还款，已经偿还向上海浦东发展银行北京分行3,000万元贷款，并于2009年7月22日对公司的房屋（产权证编号X京房权证市字第025110号、X京房权证市字第025111号）注销抵押登记。

（四）其他重要事项说明

截至报告日，公司无需要披露的影响本会计报表阅读和理解的其他重大事项。

十二、假定全面执行新会计准则的备考净利润

公司按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露规范问答第7号-新旧会计准则过渡期间比较会计信息的编制及披露的规定》，假设自2006年起全面执行2006年2月15日财政部颁布的《企业会计准则》编制的备考合并利润表：

项目	2008 年度	2006 年度
一、营业总收入	327,303,990.43	133,038,251.31
其中：营业收入	327,303,990.43	133,038,251.31
二、营业总成本	271,252,742.02	115,415,213.87
其中：营业成本	149,449,419.33	63,268,641.96
营业税金及附加	16,690,961.96	2,727,167.46
销售费用	76,286,385.02	34,199,145.53
管理费用	27,369,219.74	13,771,074.17
财务费用	-405,025.27	-72,038.79
资产减值损失	1,861,781.24	1,521,223.54
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	56,051,248.41	17,623,037.44
加：营业外收入	1,718,834.67	161,554.31
减：营业外支出	172,714.62	104,650.00
其中：非流动资产处置损失	74,111.37	1,650.00
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	57,597,368.46	17,679,941.75
减：所得税费用	15,076,293.58	536,390.14
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	42,521,074.88	17,143,551.61
归属于母公司所有者净利润	41,509,543.20	15,335,665.15
少数股东损益	1,011,531.68	1,807,886.46
六、每股收益		
（一）基本每股收益	0.76	

项目	2008 年度	2006 年度
(二) 稀释每股收益	0.76	
七、其他综合收益	20,354,037.88	
八、综合收益总额	62,875,112.76	17,143,551.61
归属于母公司所有者的综合收益总额	61,863,581.08	15,335,665.15
归属于少数股东的综合收益总额	1,011,531.68	1,807,886.46

注：1、2007 年和 2009 年 1-6 月备考利润表与申报利润表无差异。

2、备考利润表与申报利润表差异事项为：应付职工薪酬-职工福利费影响，调减 2006 年度管理费用 3,840,766.99 元，调增 2008 年度管理费用 1,889,693.25 元，同时根据公司及所属子公司相应金额，调整归属于母公司所有者净利润、少数股东损益及基本每股收益、稀释每股收益。

十三、公司最近三年及一期财务状况分析

(一) 资产负债构成分析

1、资产构成情况分析

报告期内，各期末公司资产构成情况如下表：

项 目	2009 年 6 月 30 日		2008 年 12 月 31 日		2007 年 12 月 31 日		2006 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	86,561,996.64	35.78%	106,500,998.33	42.26%	47,446,754.70	40.76%	15,820,173.33	23.16%
应收票据	1,488,376.00	0.62%	2,560,106.00	1.02%	450,000.00	0.39%	-	-
应收账款	55,437,459.38	22.91%	47,032,001.23	18.66%	55,692,374.66	47.85%	33,733,108.65	49.39%
预付款项	502,579.08	0.21%	486,627.90	0.19%	1,318,936.94	1.13%	6,207,349.31	9.09%
其他应收款	8,552,847.27	3.54%	6,471,011.14	2.57%	9,664,754.47	8.30%	10,555,741.83	15.46%
存货	-	-	-	-	6,000.00	0.01%	30,000.00	0.04%
流动资产合计	152,543,258.37	63.05%	163,050,744.60	64.70%	114,578,820.77	98.44%	66,346,373.12	97.14%
固定资产	65,006,274.65	26.87%	65,130,058.13	25.85%	1,184,234.38	1.02%	1,255,350.49	1.84%
无形资产	436,713.45	0.18%	249,159.12	0.10%	-	-	-	-
商誉	18,761,169.00	7.75%	18,761,169.00	7.45%	-	-	-	-
长期待摊费用	5,189,155.16	2.14%	4,799,874.50	1.90%	634,634.83	0.55%	697,936.08	1.02%
非流动资产合计	89,393,312.26	36.95%	88,940,260.75	35.30%	1,818,869.21	1.56%	1,953,286.57	2.86%
资产总计	241,936,570.63	100.00%	251,991,005.35	100.00%	116,397,689.98	100.00%	68,299,659.69	100.00%

从上表可以看出，公司近三年的资产规模有了较快的增长，2008年较2007年资产规模增加了约1.36亿元，增长率超过100%；2007年较2006年增加了约4,810万元，增长率超过70%。其中，公司流动资产的增长主要是由于公司业务持续发展，营业收入和利润水平持续增长；非流动资产的增长主要是由于公司购置办公用房和并购博思瀚扬产生的

商誉。

从资产的结构上分析，2006年和2007年年末，公司的流动资产占总资产的比例超过97%；由于2008年4月并购博思瀚扬产生商誉和8月购置办公用房，2008年末和最近一期流动资产的比例下降到了65%左右，但在资产中仍占较大比例。公司流动资产占总资产的比例较高是由公司主营业务特点决定的。公司主营业务为企业品牌管理服务，在我国属于发展前景广阔的新兴服务业，业务的开展除了需要占用一定规模的营运资金外，主要是通过投入人力资本、智力资本为客户创造价值，因此，资产结构中以流动性较强的资产为主。

目前，国内尚没有同属于公共关系行业或同样提供品牌管理服务的已上市公司或已通过发行审核委员会的拟上市公司，因此，没有完全可比的公众公司。我们从国内已上市公司和已通过发行审核委员会审核的拟上市公司中，选取同属于新兴服务业的公司，作为可比公司进行了比较，其资产结构也具有以流动资产为主的特点。具体公司如下：

- “国脉科技”（证券代码 002093），提供电信网络技术服务；
- “生意宝”（证券代码 002095），提供互联网服务；
- “北纬通信”（证券代码 002148），提供移动增值服务；
- “怡亚通”（证券代码 002183），提供供应链管理服务。
- “世联地产”（证券代码 002285），提供房地产中介服务；

上述公司在上市前一年末的资产构成中，均以流动资产为主。具体情况如下表：

公司名称	公司	国脉科技	生意宝	北纬通信	怡亚通	世联地产	平均值
流动资产（万元）	16,305.07	18,287.87	10,373.74	10,853.36	325,764.26	22,355.33	-
总资产（万元）	25,199.10	25,985.22	15,081.14	13,400.41	331,007.87	36,382.12	-
流动资产占比	64.70%	70.38%	68.79%	80.99%	98.42%	61.45%	74.12%

（1）货币资金

项 目	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
货币资金（元）	86,561,996.64	106,500,998.33	47,446,754.70	15,820,173.33
占流动资产比例	56.75%	65.32%	41.41%	23.84%
占总资产比例	35.78%	42.26%	40.76%	23.16%

近三年，公司在收入规模不断增长的同时，不断完善公司治理结构，优化内部控制制度，加强应收款项的回款管理，货币资金增幅较大，占流动资产的比例逐年提高，2008

年达到了 65.32%，表明公司流动资产的流动性较好。

公司 2008 年和 2007 年货币资金占总资产的比例保持在 40%左右合理水平，2007 年较 2006 年比例有较大增长，主要因为：2007 年经营业绩较 2006 年大幅度增长且当年没有大比例货币分红，致使货币资金余额保持较高水平。

2009 年 6 月 30 日，货币资金余额在流动资产和总资产的比例较 2008 年均有所下降，主要因为：2009 年上半年公司支付 2008 年年末计提的职工薪酬、奖金和公司股东股利。

同属于新兴服务业的可比公司，上市前一年末货币资金占资产的比例情况如下：

公司名称	公司	国脉科技	生意宝	北纬通信	怡亚通	世联地产	平均值
货币资金（万元）	10,650.10	8,023.05	9,015.13	8,612.36	196,261.73	17,846.43	-
占流动资产比例	65.32%	43.87%	86.90%	79.35%	60.25%	79.83%	69.25%
占总资产比例	42.26%	30.88%	59.78%	64.27%	59.29%	49.05%	50.92%

公司货币资金占流动资产的比例和占总资产的比例与行业平均水平基本一致。

（2）应收票据和应收账款

项 目	2009 年 6 月 30 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日	2006 年 12 月 31 日
应收票据（元）	1,488,376.00	2,560,106.00	450,000.00	0
应收账款（元）	55,437,459.38	47,032,001.23	55,692,374.66	33,733,108.65
合 计	56,925,835.38	49,592,107.23	56,142,374.66	33,733,108.65
占流动资产比例	37.32%	30.42%	49.00%	50.84%
占总资产比例	23.53%	19.68%	48.24%	49.39%
占同期营业收入比	39.61%	15.15%	25.91%	25.36%

从上表可以看出，2007 年和 2006 年年末应收票据和应收账款合计占流动资产的比例、占总资产的比例基本持平；2008 年末较 2007 年末上述两个比例变化较大，具体情况如下：

第一，应收票据和应收账款合计占流动资产的比例 2008 年较 2007 年下降了近 19 个百分点，主要由于公司加强应收款项的回款管理，缩短了回款周期，从而年末余额减小，流动资产的流动性进一步增强；

第二，应收票据和应收账款合计占总资产的比例 2008 年较 2007 年下降了 28 个百分点，除公司加强应收款项回款管理的原因外，主要因为公司 2008 年 4 月并购博思瀚扬产生商誉和 2008 年 8 月公司购置办公用房致使公司非流动资产大幅度增加，非流动资产占总资产比例由 2007 年仅 1.56%增长到 2008 年的 35.30%，资产结构发生较大变化，资产总额大幅增加。

应收票据和应收账款合计与营业收入的比例变化情况如下：2007年和2006年基本持平；2008年较2007年下降了近10个百分点，主要原因是公司在收入规模增长的情况下，加强应收款项回款管理，提高了应收款项的周转速度。

2009年6月30日，应收票据和应收账款合计占流动资产和总资产的比例较2008年年末均有上升，主要因为：一方面，公司部分业务本期末尚处于回款周期内，尚未到业务回款日，使应收票据和应收账款期末合计余额相对较高；另一方面，由于货币资金减少，使流动资产和总资产总额较2008年年末减少，因此，该比例也有所上升。

2009年6月30日，应收票据和应收账款合计占营业收入比例较2008年年末上升的原因：除了部分业务本期未到回款日，使合计余额增加外，主要因为公司营业收入具有季节性，每年的第一季度为收入淡季，客户一般在每年年初定计划，在二、三月份下订单，每年第二季度才逐步开展相关业务，产生收入，因此，上半年收入规模小于下半年收入规模，使2009年上半年该比值较高，该比值与年度末比值无可比性。

截至本招股说明书签署日，公司无应收实际控制人及其控制的其他企业的应收账款。

报告期内，由于部分客户通常采用以承兑汇票方式进行业务结算，公司也从降低应收账款坏账风险的角度考虑，同意以该方式与该类客户进行结算。各期末应收票据明细如下：

时间	余额	客户明细
2009年6月30日	149万元	南昌陆风汽车营销有限公司71万元， 湖南长丰汽车销售有限责任公司78万元
2008年12月31日	256万元	南昌陆风汽车营销有限公司256万元
2007年12月31日	45万元	合肥荣事达美的电器营销有限公司45万元

从上表可以看出，2008年末应收票据余额较2007年末增加，主要因为以该方式进行结算的客户南昌陆风汽车营销有限公司交易额大于合肥荣事达美的电器营销有限公司，2009年6月30日，伴随部分票据到期结算，南昌陆风汽车营销有限公司应收票据余额减至71万元，另新增湖南长丰汽车销售有限责任公司应收票据余额78万元。

(3) 预付款项

项目	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
预付款项(元)	502,579.08	486,627.90	1,318,936.94	6,207,349.31
占流动资产比例	0.33%	0.30%	1.15%	9.36%
占总资产比例	0.21%	0.19%	1.13%	9.09%

从上表可以看出，近三年公司预付款项占流动资产和总资产的比例逐年下降，除公司资产结构变化的原因外，主要原因是公司加强了预付款项的管理，减少了预付款项的金额。2006年，公司建立了采购部，对公司各类供应商进行资质认证和统一管理，在保证公司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；2006年以后伴随公司业务规模的逐步扩大，公司与供应商的谈判能力进一步增强，统一采购进一步转化为资金占用额的减小，因此，在公司营业收入逐步增加的情况下，预付款项的规模并没有同比例增加。2006年，预付款项余额较高，主要包括预付关联方510万元，具体明细详见本招股说明书“第七章同业竞争和关联交易之二、关联方与关联交易之（二）关联交易情况”的相关部分。2009年6月30日预付款项余额和占流动资产、总资产的比与2008年年末基本持平。

（4）其他应收款分析

项 目	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
其他应收款	8,552,847.27	6,471,011.14	9,664,754.47	10,555,741.83
占流动资产比例	5.61%	3.97%	8.44%	15.91%
占总资产比例	3.54%	2.57%	8.30%	15.46%

从上表可以看出，最近三年公司其他应收款项占流动资产和总资产的比例逐年下降，除公司资产结构变化的原因外，主要原因是公司加强了业务流程的管理，削减不必要的其他应收款项的支出。

公司其他应收款主要包括公司房租物业押金、项目借款和项目临时借款，其中项目借款为公司在提供品牌管理服务过程中，暂时为客户垫付的项目费用，该部分成本核算不在公司，客户将在项目结算时间内归还；项目临时借款为公司在提供品牌管理服务过程中，项目组临时借款，该部分借款将形成公司的成本费用。报告期内，具体明细如下：

项目	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
房租物业押金	395,988.60	669,867.59	2,062,498.48	542,870.53
项目借款	3,513,528.38	1,188,633.69	2,041,376.58	819,042.42
项目临时借款	2,549,302.25	1,909,364.84	2,141,043.65	905,232.35
其他	2,666,525.28	3,377,593.47	4,172,054.71	10,189,155.93
合计	9,125,344.51	7,145,459.59	10,416,973.42	12,456,301.23

注：上表数据为账面原值，未扣除坏账准备。

2009年6月30日，由于业务量的增加，项目借款和项目临时借款增加，使其他应收款期末余额有所增加。

截至本招股说明书签署日，公司无应收实质控制人及其控制的其他企业的其他应收款。

(5) 存货

项 目	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
存货(元)	0	0	6,000.00	30,000.00
占流动资产比例	0.00%	0.00%	0.005%	0.045%
占总资产比例	0.00%	0.00%	0.005%	0.044%

从上表可以看出，公司资产结构中基本无存货余额，2007年和2006年存在少量存货余额是因为2006年客户用其产品抵免了部分服务费，从而在2007年和2006年底出现了少量存货余额。目前，公司办公用品的管理采用“先期申请、统一购买、即购即领”的管理模式，因此，一般期末余额均为0。

(6) 固定资产

项 目	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
固定资产(元)	65,006,274.65	65,130,058.13	1,184,234.38	1,255,350.49
占非流动资产比例	72.72%	73.23%	65.11%	64.27%
占总资产比例	26.87%	25.85%	1.02%	1.84%

从上表可以看出，2008年末，公司固定资产金额和在资产中的比例显著增加，主要原因是随着公司业务规模不断扩大、人员不断扩充，2008年8月公司购置办公用房支出约6,223万元，使固定资产金额和在资产中的比例增加。办公用房的购置，在节省租赁费用的同时，一定程度上调整了资产结构，提高了公司融资能力和抗通胀风险能力。

(7) 无形资产

项 目	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
无形资产(元)	436,713.45	249,159.12	0	0
占非流动资产比例	0.49%	0.28%	0.00%	0.00%
占总资产比例	0.18%	0.10%	0.00%	0.00%

公司无形资产金额很少，在非流动资产和总资产中的比例很小，主要是OFFICE应用软件、内网信息门户系统等办公软件。

(8) 商誉

项 目	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
商誉(元)	18,761,169.00	18,761,169.00	0	0

占非流动资产比例	20.99%	21.09%	0.00%	0.00%
占总资产比例	7.75%	7.45%	0.00%	0.00%

公司商誉是由于 2008 年 4 月溢价并购欣风翼品牌和收购广州蓝色光标市场顾问有限公司而形成的，商誉余额的具体形成过程，见本章节“(八) 商誉情况”。

欣风翼品牌属于博思瀚扬公司，该公司擅长品牌管理服务链条中的相关活动管理和培训服务，拥有摩托罗拉等知名客户，并购该公司可以很好的增强公司在这个环节的服务实力，更好发挥两个公司的协同效应，扩展客户范围，特别是在其业务规模不断增长的情况下，进一步提高公司盈利能力。

(9) 长期待摊费用

项 目	2009 年 6 月 30 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日	2006 年 12 月 31 日
长期待摊费用(元)	5,189,155.16	4,799,874.50	634,634.83	697,936.08
占非流动资产比例	5.80%	5.40%	34.89%	35.73%
占总资产比例	2.14%	1.90%	0.55%	1.02%

从上表可以看出，除了 2007 年年末外，长期待摊费用在非流动资产和总资产的比例基本稳定，2008 年末余额比 2007 年末增加 410 余万元，主要原因是 2008 年 8 月公司购置办公用房发生的装修支出；2009 年 6 月 30 日期末余额增加约 40 万元，也是公司购入办公用房发生的装修支出。

在上表比例中，2007 年长期待摊费用在非流动资产中的比例较高，主要因为当期公司资产结构中主要为流动资产，非流动资产总额仅约为 182 万元，因此，使该项目在非流动资产中的比例偏高。

公司管理层认为：公司资产构成符合现代服务业的特点，流动资产所占比例较大，资产的流动性良好；2008 年公司通过购置办公用房，提高了非流动资产的比例，在节省租赁费用的同时，在一定程度上调整了公司资产结构，增强了公司对外融资能力和抗通胀风险的能力。

2、资产减值准备情况

报告期内，公司资产减值准备的计提政策见“本章节四之（四）金融资产减值测试方法和减值准备计提方法和（九）资产减值的核算方法”的相关政策。其中，采用账龄分析法计提坏账准备的标准如下：

账龄	一年以内	一至二年	二至三年	三年以上
计提比例	5%	30%	50%	100%

(1) 应收账款减值准备情况

报告期内，公司应收账款的账龄分布及计提的坏账准备情况如下：

项 目	2009年6月30日			2008年12月31日		
	金额	比例	坏账准备	金额	比例	坏账准备
1年以内	58,253,035.12	99.76%	2,912,651.74	49,507,369.73	100.00%	2,475,368.50
1-2年	138,680.00	0.24%	41,604.00	-	-	-
合 计	58,391,715.12	100.00	2,954,255.74	49,507,369.73	100.00%	2,475,368.50
项 目	2007年12月31日			2006年12月31日		
	金额	比例	坏账准备	金额	比例	坏账准备
1年以内	58,461,595.42	99.13%	3,127,060.90	35,510,007.61	100.00%	1,776,898.96
1-2年	511,200.20	0.87%	153,360.06	-	-	-
合 计	58,972,795.62	100.00%	3,280,420.96	35,513,831.45	100.00%	1,780,722.80

公司应收账款基本在一年以内，而且客户均为国内外知名公司，经济实力强、信誉度高，应收账款发生坏账风险极低。

截至2009年6月30日，应收账款余额在100万元以上的债务人明细如下：

客户名称	期末余额	计提坏账准备金额	占应收账款比例
联想（北京）有限公司	7,736,665.40	386,833.27	13.25%
广汽丰田汽车有限公司	5,465,108.73	273,255.43	9.36%
湖南长丰汽车制造股份有限公司	4,894,437.15	244,721.86	8.38%
超威半导体（中国）有限公司	3,634,931.78	181,746.59	6.23%
佳能（中国）有限公司	3,568,191.71	178,409.58	6.11%
美赞臣营养品（中国）有限公司	3,199,331.51	159,966.58	5.48%
北京百度网讯科技有限公司	1,956,750.20	97,837.51	3.35%
葛兰素史克（中国）投资有限公司	1,895,876.48	129,463.82	3.25%
克莱斯勒（中国）汽车销售有限公司	1,704,490.91	85,224.54	2.92%
沈阳华晨金杯汽车有限公司	1,560,570.90	78,028.54	2.67%
思科系统（中国）网络技术有限公司	1,523,787.80	76,189.39	2.61%
索尼爱立信移动通信产品（中国）有限公司	1,462,144.93	73,107.25	2.50%
北京方大炭素科技有限公司	1,090,000.00	54,500.00	1.87%
合 计	39,692,287.50	2,019,284.36	67.98%

上述期末余额，除了葛兰素史克（中国）投资有限公司余额中的138,680.00元为账龄1-2年外，其余均为账龄一年以内的应收款项。

(2) 其他应收款减值准备情况

近三年一期公司其他应收款的账龄分布及计提的坏账准备情况如下：

项 目	2009年6月30日			2008年12月31日		
	金额	比例	坏账准备	金额	比例	坏账准备
1年以内	8,660,424.51	94.91%	433,021.24	6,448,657.00	90.25%	322,432.85
1-2年	464,920.00	5.09%	139,476.00	490,409.99	6.86%	147,123.00
2-3年	-	-	-	3,000.00	0.04%	1,500.00
3年以上	-	-	-	203,392.60	2.85%	203,392.60
合 计	9,125,344.51	100.00%	572,497.24	7,145,459.59	100.00%	674,448.45
项 目	2007年12月31日			2006年12月31日		
	金额	比例	坏账准备	金额	比例	坏账准备
1年以内	8,964,206.38	86.05%	230,710.32	7,454,632.13	59.85%	372,731.61
1-2年	1,099,374.44	10.55%	329,812.33	4,865,033.78	39.06%	1,459,510.13
2-3年	323,392.60	3.11%	161,696.30	136,635.32	1.10%	68,317.66
3年以上	30,000.00	0.29%	30,000.00			
合 计	10,416,973.42	100.00%	752,218.95	12,456,301.23	100.00%	1,900,559.40

报告期内，公司1年以内和1-2年的其他应收款主要内容为与业务相关的项目借款和项目临时借款，发生坏账的可能性很小；3年以上的其他应收款主要内容为房租物业押金，2009年上半年，智扬唯美搬到公司购置的办公用房，3年以上其他应收款变为零。

截至2009年6月30日，其他应收款余额在100万元以上的债务人明细如下：

客户名称	期末余额	计提坏账准备金额	占其他应收款比例
广汽丰田汽车有限公司	1,711,865.51	85,593.28	18.76%
克莱斯勒（中国）汽车销售有限公司	1,187,955.13	59,397.76	13.02%
合计	2,899,820.64	144,991.04	31.78%

上述其他应收款的账龄均在一年以内，其性质为项目借款，是先代客户支付的款项，在项目结算时收回。由于公司客户多为国内外知名公司，经济实力强、信誉度高，因此，该类其他应收款发生坏账风险极低。

（3）商誉减值准备情况

2008年4月，公司收购非同一控制下的博思瀚扬（其拥有“欣风翼”品牌）形成商誉。按照会计准则与公司会计政策规定，2008年年末，公司对商誉进行了减值测试，根据沃克森出具的《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司财务报告项目资产评估报告》（沃克森评报字【2009】第0009号）对博思瀚扬股东在2008年12月31日的全部

权益价值的评估结果，公司计提商誉减值准备 2,789,892.56 元。

2009 年 8 月 28 日，公司对收购博思瀚扬股权产生的商誉再次进行了减值测试，根据沃克森对博思瀚扬 2009 年 6 月 30 日的股东权益进行评估，并出具的《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司财务报告—商誉减值测试评估项目资产评估报告书》（沃克森评报字【2009】第 0069 号），公司期末应确认的商誉部分为 1,522.96 万元，高于 2008 年 12 月 31 日账面净值 1,359.33 万元，不需要增加计提减值准备。因此，2009 年 6 月 30 日减值准备金额仍为 2,789,892.56 元。

（4）固定资产和无形资产减值准备情况

报告期内，公司固定资产未出现减值情形，无须计提减值准备；无形资产全部为办公软件，未出现其账面值低于可收回金额的情况。

（5）各项目资产减值准备汇总

项目名称	2009 年 6 月 30 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日	2006 年 12 月 31 日
坏账准备	3,526,752.98	3,149,816.95	4,032,639.91	3,681,282.20
其中：应收账款	2,954,255.74	2,475,368.50	3,280,420.96	1,780,722.80
其他应收款	572,497.24	674,448.45	752,218.95	1,900,559.40
商誉减值准备	2,789,892.56	2,789,892.56	-	-
合计	6,316,645.54	5,939,709.51	4,032,639.91	3,681,282.20

公司管理层认为：公司制定了稳健的会计估计政策，主要资产的减值准备充分、合理，充分恰当反映了资产质量的实际情况，能够保证公司的资本保全和持续经营。

（二）负债构成与偿债能力分析

1、负债构成情况分析

报告期内，公司负债全部为流动负债，流动负债总额即负债总额，其构成如下表：

项目	2009 年 6 月 30 日		2008 年 12 月 31 日		2007 年 12 月 31 日		2006 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	30,000,000.00	54.15%	30,000,000.00	38.87%	-	-	-	-
应付账款	3,665,546.10	6.62%	2,524,844.41	3.27%	1,875,495.30	7.61%	1,842,717.14	14.74%
预收款项	11,011,301.75	19.87%	14,244,670.25	18.46%	5,876,298.50	23.85%	1,101,620.90	8.81%
应付职工薪酬	4,744,439.56	8.56%	11,409,058.66	14.78%	10,629,095.20	43.13%	6,389,626.27	51.10%
应交税费	5,155,557.43	9.31%	7,061,417.26	9.15%	1,308,720.22	5.31%	2,149,798.18	17.19%

应付股利			10,444,680.00	13.53%				
其他应付款	824,075.62	1.49%	1,492,349.31	1.94%	4,953,309.24	20.10%	1,019,733.63	8.16%
流动负债合计	55,400,920.46	100.00%	77,177,019.89	100.00%	24,642,918.46	100.00%	12,503,496.12	100.00%
负债总额	55,400,920.46	100.00%	77,177,019.89	100.00%	24,642,918.46	100.00%	12,503,496.12	100.00%

从上表可以看出,2008年末公司负债结构较2007年末和2006年末变化较大,主要原因是由于业务发展需要,公司2008年新增固定资产抵押短期贷款3,000万元;2009年6月30日较2008年末负债结构的变化,主要因为公司支付应付股利和2008年年末计提的职工薪酬,减少了负债总额并改变了负债结构。具体项目情况如下:

(1) 应付账款

项 目	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
应付账款(元)	3,665,546.10	2,524,844.41	1,875,495.30	1,842,717.14
占流动负债比例	6.62%	3.27%	7.61%	14.74%
占扣除短期借款后 负债总额比例	14.43%	5.35%	7.61%	14.74%

从上表可以看出,2007年末与2006年末基本持平,2008年伴随收入规模的增长,以及公司充分利用付款期,减小资金占用,应付账款余额较2007年末有所增加。2007年末和2008年末,该项目期末金额在负债中比例逐步减小,占扣除短期借款后负债总额的比例减小到5%左右。

2009年6月30日,该项目金额较2008年末增加,主要因为购买劳务尚未到结算期;该项目相关比例较2008年末增加,除了本身金额增加的原因外,主要因为负债总额减小和其他项目变化所致。

近三年一期公司应付账款账龄情况如下:

项目	2009年6月30日		2008年12月31日		2007年12月31日		2006年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内(含1年)	3,665,546.10	100.00%	2,521,086.25	99.85%	1,875,495.30	100.00%	1,842,717.14	100.00%
1-2年(含2年)	-	-	3,758.16	0.15%	-	-	-	-
合 计	3,665,546.10	100.00%	2,524,844.41	100.00%	1,875,495.30	100.00%	1,842,717.14	100.00%

(2) 预收款项

项 目	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
预收款项(元)	11,011,301.75	14,244,670.25	5,876,298.50	1,101,620.90
占流动负债比例	19.87%	18.46%	23.85%	8.81%
占扣除短期借款后 负债总额比例	43.35%	30.19%	23.85%	8.81%

从上表可以看出，近三年公司预收款项金额逐年上升，预收款项占扣除短期借款后负债总额比例由 2006 年的 8.81% 增长到了 30.19%。预收款项增加的主要原因是：2008 年以前，公司提供服务主要是先以自有资金开展相关服务，按照合同规定在项目完成后，进行结算并收款，并未十分重视预收项目款项的管理，因此，预收款项的金额小。伴随公司业务规模不断扩大，在同时开展多个品牌服务时，自有资金占用规模逐步增大，因此，公司加强了项目预收款项管理和考核机制，提出新增客户必须预收款项，鼓励项目组不断提升与客户的谈判能力，收取预收款项，导致 2008 年预收款项增长较快。预收款项金额的增加，使公司在现有营运资金规模的基础上，可以承做更多的服务业务。

2009 年 6 月 30 日，因为公司负债总额减小和其他项目变化，导致预收款项占流动负债比例上升；由于扣除短期借款后负债总额进一步大幅减少，导致预收款项占扣除短期借款后的负债总额比例上升幅度较大。

报告期内，公司预收款项的账龄均在 1 年以内（含 1 年）。

截至 2009 年 6 月 30 日，预收款项前十名明细如下表：

序号	客户明细	金额
1	联想	4,475,155.01
2	佳能	2,202,431.30
3	微软	1,920,856.82
4	李宁	231,495.24
5	思科	193,420.39
6	腾讯	146,557.16
7	美赞臣	141,173.90
8	家乐福	138,115.57
9	辉瑞	106,823.29
10	多普达	101,916.90
合计		9,657,945.58
占预收款项的比例		87.71%

注：本表统计以“客户品牌”为口径。

(3) 应付职工薪酬

项目	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
应付职工薪酬（元）	4,744,439.56	11,409,058.66	10,629,095.20	6,389,626.27
占流动负债比例	8.56%	14.78%	43.13%	51.10%
占扣除短期借款后	18.68%	24.18%	43.13%	51.10%

负债总额比例				
--------	--	--	--	--

从上表可以看出，2006年和2007年公司应付职工薪酬占扣除短期借款后负债总额比例较大，分别达到了51.10%和43.13%，2007年比例有所下降，主要因为业务量增长，相关人员和工资等费用增加，但其增加幅度小于其他应付款和预收款增加幅度，因此使该项目比例下降；2008年，该比例下降为24.18%，主要因为负债总额中预收款项和应付股利增加较快，从而降低了应付职工薪酬所占比例。2009年6月30日，该比例进一步下降，主要因为2009年初支付了2008年末应付的职工薪酬，从而使该期末余额和比例下降。

此外，2008年年末应付职工薪酬余额较2007年末增幅较小，主要原因为：①2007年末余额中包含福利费约356万元，按照《企业会计准则》及其指南规定，至2008年末尚未使用福利费冲减当期管理费用，余额调整为零，因此，2008年末余额相对于2007年末减少了356万元；②2008年以前，员工收入总额中，年终奖金比例较高，2008年，公司调整了薪酬政策，提高了员工各月的工资水平，降低了员工收入构成中年底奖金所得的比重，因此，在一定程度上也减少了2008年末的应付职工薪酬的余额。

(4) 应交税费

项 目	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
应交税费（元）	5,155,557.43	7,061,417.26	1,308,720.22	2,149,798.18
占流动负债比例	9.31%	9.15%	5.31%	17.19%
占扣除短期借款后 负债总额比例	20.30%	14.97%	5.31%	17.19%

从上表可以看出，公司近三年应交税费金额有一定的波动，主要原因是2008年公司合并报表范围内的公司不再享受流转税和所得税的税收优惠政策，使应交税费中应交营业税和企业所得税大幅提高，因此，2008年末应交税费增加幅度很大。

2009年6月30日，应交税费占扣除短期借款后负债总额的比例较2008年末大幅提高，主要因为该期末公司负债总额减小和其他项目变化，导致短期借款在负债中的比例由2008年末的38.87%提高到本期末的54.15%，因此，扣除短期借款后负债总额较小，使该比例大幅提高。

(5) 应付股利

项 目	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
应付股利（元）	0.00	10,444,680.00	0.00	0.00
占流动负债比例	0.00%	13.53%	0.00%	0.00%

占扣除短期借款后 负债总额比例	0.00%	22.14%	0.00%	0.00%
--------------------	-------	--------	-------	-------

从上表可以看出，2008年末应付股利金额较大，主要原因是近两年公司业务有了显著的增长，公司考虑到长期以来和公司共同成长的员工股东为公司做出了巨大的贡献，因此，公司进行了两次分红。

2009年3月30日公司2008年年度股东大会决议通过，2008年度利润分配以5,870万股为基数，每股分红0.25元（含税），共分配1,467.50万元，股利于2009年5月31日已经支付完毕。

2008年8月11日公司2008年第六次临时股东大会决议通过，对2008年1-6月利润进行分配，以5,300万股为基数，每股分红0.30元（含税），共分配1,590.00万元，其中主要股东的股利于2009年初支付，导致2008年12月31日应付股利为余额较高。

2009年6月30日前，公司已全部支付了股东股利。

(6) 其他应付款

项 目	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
其他应付款（元）	824,075.62	1,492,349.31	4,953,309.24	1,019,733.63
占流动负债比例	1.49%	1.93%	20.10%	8.16%
占扣除短期借款后 负债总额比例	3.24%	3.16%	20.10%	8.16%

从上表可以看出，2007年末公司其他应付款余额较大，占扣除短期借款后负债总额比例为20.10%，主要为应付股东款项，具体金额详见本招股书“第七章之二、关联方与关联交易之（二）关联交易情况之3、资金往来”，其次为该年末尚未支付的行政管理费用；2008年末和2009年6月30日该比例分别下降为3.16%和3.24%，主要因为公司归还了所欠股东款项和负债结构中其他项目变化，从而降低了其他应付款的比例。

公司管理层认为：公司负债全部为流动负债，符合现代服务业特点；负债总额和结构的变化，是公司正常运营的结果。

2、偿债能力分析

(1) 偿债能力指标分析

财务指标	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
流动比率	2.75	2.11	4.65	5.31
速动比率	2.75	2.11	4.65	5.30
资产负债率（母公司）	22.12%	28.66%	18.33%	9.20%

从上表可以看出，报告期内，公司流动比率和速动比率较高，2007年度较2006年度略有降低，是因为该年度流动资产增长幅度为72.70%，小于流动负债的增长幅度97.09%，2008年度流动比率和速动比率较2007年度降低幅度为54.62%，是因为该年度流动资产增长幅度仅为42.30%，远远小于流动负债增长幅度213.18%；公司负债全部为流动负债，符合行业特点，资产负债率不高，最近三年随着公司业务规模增长，负债率有所提高，符合公司实际的营运情况。

同属于新兴服务业的可比公司，上市前一年末的资产负债率（母公司）情况如下：

公司名称	公司	国脉科技	生意宝	北纬通信	怡亚通	世联地产	平均值
负债总额（万元）	6,382.93	2,054.48	7,300.66	4,379.71	194,556.11	7,834.55	-
总资产（万元）	22,273.74	13,334.43	21,057.43	14,754.87	213,483.69	24,329.21	-
资产负债率（母公司）	28.66%	15.41%	34.67%	29.68%	91.13%	32.20%	38.62%

*怡亚通：与其他四家可比公司和公司业务核算模式略有不同，有大量的代收代付项目和金融衍生品交易性负债，因此，流动负债中抵押票据等短期贷款数额较大，资产负债率较高。若扣除该公司数据，可比公司资产负债率（母公司）平均值为28.12%。

（2）经营活动产生的现金流量净额与当期净利润关系分析

财务指标	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
息税折旧摊销前利润（元）	33,240,755.68	61,685,408.08	42,761,232.34	14,765,066.89
利息保障倍数（倍）	35.24	255.44	-	-
净利润	22,496,664.71	44,410,768.13	41,373,100.98	13,302,784.62
经营活动产生的现金流量净额	4,853,446.64	65,517,515.74	37,786,639.65	2,458,510.19

从上表可以看出，公司最近三年净利润、息税折旧摊销前利润和经营活动产生的现金流量净额均处于增长趋势，公司业务具有较好的成长性和较强的盈利能力。伴随公司收入规模的逐步增大，2008年度公司经营活动产生的现金流量净额超过当期净利润，表明公司盈利质量较高。2008年度公司经营活动产生的现金流量净额超过净利润约2,100万元，主要因为公司年末预收款项增加约800万元，应收账款减少约800万元，已提未交税金增加约500万元。

2009年1-6月，公司经营活动产生的现金流量净额少于净利润约1,800万元，主要因为：

（1）公司与客户的部分业务尚处于业务结算期，应收账款较2008年末增加约900万元；预收款项减少约300万元；应付账款增加约100万元；其他因素共同影响经营活动现金流入增加约150万元，因此，本期经营活动产生现金流量净额减少约950万元；

(2) 2009 年年初, 公司支付 2008 年末计提的职工薪酬、应交税费等费用, 增加了报告期内公司经营性现金流出量约 850 万元。

公司管理层认为: 从公司最近三年的主要偿债指标及其变动趋势分析, 公司资产流动性强, 经营性现金流量情况好, 整体盈利能力和盈利质量高, 具有很好的短期偿债能力, 不存在偿债风险。

(三) 公司资产周转能力分析

公司最近三年及一期应收账款和存货周转率见下表:

财务指标	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
应收账款周转率(次/年)	2.57	5.87	4.56	4.52
总资产周转率(次/年)	0.58	1.78	2.35	2.29

从上表可以看出, 报告期内, 公司应收账款周转率一直稳定在较好的水平, 主要得益于公司业务的经营模式和客户的高质量性, 公司在完成服务确认收入后, 向客户提出付款要求, 从确认收入到收到客户款项, 最长为三个月, 回款周期较短, 同时, 公司也建立了完善的工作流程和预警制度, 进行实时监控, 将账龄较长的应收账款控制在最小范围内, 努力提高资金使用效率。

2007 年末和 2006 年末基本持平, 应收账款的周转效率基本一致; 2008 年, 公司管理层预见到业务规模的进一步扩大, 将加大应收账款和自有资金的占用规模, 因此, 加强了应收账款的管理, 制定了积极的业务回款制度, 并起到很好的效果。2008 年, 公司收入规模增长了 51.07%, 应收账款余额同比下降 800 多万元, 应收账款周转率提高到 5.87, 节省了公司资金占用, 提高了应收账款的周转速度。2009 年上半年, 公司收入规模相对较小, 部分业务收入又处于结算过程中, 因此, 应收账款周转率指标降低, 该期指标符合公司业务特点, 但不能反映公司全年的整体状况。

公司最近三年总资产周转率平均为每年 2.14 次, 整体上处于较好水平, 总资产的运营效率较高。2007 年和 2006 年公司资产周转率基本持平, 资产管理运营效率相当, 资产的增加基本上来源于经营业绩增长的积累; 2008 年, 公司资产规模的增加, 除了来源于经营业绩增长的积累外, 大部分来源于本年度增资 5,310 万元和银行贷款 3,000 万元, 因此, 2008 年收入规模增幅 51.07%, 远低于资产规模的增长幅度 116.49%, 总资产周转率有所降低; 2009 年上半年, 由于收入规模相对较小, 因此, 总资产周转率进一步降低。

公司管理层认为：公司资产、负债结构合理，资产质量好，偿债能力强；资产管理效率和盈利能力较高，公司财务状况整体处于良性循环状态。

（四）最近一期末应收款项情况

截至 2009 年 6 月 30 日，公司应收款项的账面原值、坏账准备、账面价值、账龄等情况详见“本章节十三、公司最近三年及一期财务状况分析之（一）资产负债构成分析之 2、资产减值准备情况”。

（五）最近一期末主要固定资产情况

截至 2009 年 6 月 30 日，公司固定资产组成情况如下：

固定资产类别	原值	累计折旧	净值（净额）	折旧年限
房屋及建筑物	62,226,123.86	955,618.00	61,230,505.86	40 年
办公设备	3,073,906.93	1,700,098.82	1,373,808.11	3-5 年
运输工具	2,744,483.00	342,522.32	2,401,960.68	4 年
合计	68,044,513.79	3,038,239.14	65,006,274.65	

注：报告期内，公司固定资产未发生减值的情况，净值和净额相同。

固定资产抵押担保情况

项目	权属证书及编号	处所	抵押权人
房屋	X 京房权证市字第 025110 号	北京市朝阳区酒仙桥路甲 10 号 3 号楼 18 层（20 层）	中国民生银行股份有限公司 总行营业部
房屋	X 京房权证市字第 025111 号	北京市朝阳区酒仙桥路甲 10 号 3 号楼 17 层（19 层）	中国民生银行股份有限公司 总行营业部

注：公司上述房屋产权及其分摊的国有土地使用权已作为 2009 年 12 月 25 日公司与民生银行签订的金额为 4000 万元借款合同的抵押物，期限一年。

报告期内，公司固定资产余额增加，主要因为伴随公司业务和人员规模增加，公司购置了办公用房。该办公用房支出为 62,226,123.86 元，面积为 4,080 平方米，以该办公用房租标准计算，年租赁费用约为 405 万元，而公司购入该办公用房后，每年折旧费用仅约为 150 万元，每年节省费用约为 255 万元，因此，该项固定资产支出，在扩大了公司办公面积，减缓了办公紧张局面的同时，节省了公司的租赁费用。

（六）对外投资情况

截至 2009 年 6 月 30 日，公司无合并报表外的对外投资。

(七) 最近一期末无形资产情况

截至 2009 年 6 月 30 日，公司无形资产具体情况如下：

类别	取得方式	初始金额	摊销期限	期末摊余价值	剩余摊销年限
Office应用软件	购买	100,304.00	3 年	72,441.84	26 个月
内网信息门户系统	购买	160,000.00	3 年	133,333.33	29 个月
办公软件	购买	100,700.00	3 年	92,308.33	33 个月
微软产品软件	购买	6,000.00	5 年	5,800.00	58 个月
微软产品软件	购买	139,821.00	5 年	132,829.95	57 个月
合 计		506,825.00		436,713.45	

注：公司期末无形资产不存在可收回金额低于账面价值的情况，未计提减值准备。

(八) 商誉情况

截至 2009 年 6 月 30 日，公司商誉账面价值为 18,761,169.00 元：

项目	原值	商誉减值准备	账面价值
非同一控制下合并北京博思瀚扬企业策划有限公司	16,383,171.60	2,789,892.56	13,593,279.04
非同一控制下合并广州蓝色光标市场顾问有限公司	5,167,889.96		5,167,889.96
合 计	21,551,061.56	2,789,892.56	18,761,169.00

2008 年，公司收购博思瀚扬股权，成本为 18,359,105 元，享有该公司 51% 的净资产权益份额，合并成本与所享净资产权益份额的差额为 16,383,171.60 元，形成商誉。

按照会计准则与公司会计政策规定，2008 年年末，公司对商誉进行了减值测试，根据沃克森对博思瀚扬 2008 年 12 月 31 日的股东权益进行评估，并出具的《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司财务报告项目资产评估报告》（沃克森评报字【2009】第 0009 号），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，公司期末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。

2009 年 8 月 28 日，公司对收购博思瀚扬股权产生的商誉再次进行了减值测试，根据沃克森对博思瀚扬 2009 年 6 月 30 日的股东权益进行评估，并出具的《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司财务报告—商誉减值测试评估项目资产评估报告书》（沃克森评报字【2009】第 0069 号），按照收益法评估值为 3,755.69 万元，经审计的所有者权益账面值为 769.50 万元，依据 51% 的持股比例计算，公司期末应确认的商誉部分为

1,522.96 万元,与 2008 年 12 月 31 日账面净值 1,359.33 万元相比,商誉减值损失应转回 163.63 万元。

但根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》的规定,资产减值损失一经确认,在以后会计期间不得转回。因此,公司 2009 年 6 月 30 日不需转回商誉减值损失,仍按照 2008 年 12 月 31 日余额确认。

2008 年,公司收购广州蓝色光标市场顾问有限公司,收购日其净资产负 5,167,889.96 元,以 0 价格收购,形成商誉 5,167,889.96 元;2008 年末该公司实现净利润 1000 多万元,未发生减值情况。

(九) 最近一期末的主要债项

截至 2009 年 6 月 30 日,公司负债合计为 55,400,920.46 元,均为流动负债。主要是短期借款、应付账款、预收款项、应付职工薪酬、应交税费和其他应付款。

1、短期借款

截至 2009 年 6 月 30 日,公司短期借款构成情况如下:

借款类别	2009 年 6 月 30 日	2008 年 12 月 31 日
抵押借款	30,000,000.00	30,000,000.00
合计	30,000,000.00	30,000,000.00

该抵押借款起始日为 2008 年 12 月 25 日,到期日为 2009 年 12 月 24 日。由于该笔贷款,贷款利率相对较高,为了节省财务费用,2009 年 7 月 8 日公司提前偿还该笔贷款。目前,公司正在申请较低利率的贷款。

2、对内部人员和关联方债务情况

截至 2009 年 6 月 30 日,公司除应支付员工薪酬外,没有对内部人员和关联方的其他负债。

(十) 公司股东权益情况及原因

公司报告期内的所有者权益变动情况,包括股本、资本公积金、盈余公积、未分配利润及少数股东权益,详见“本章节一、公司近三年及一期简要财务报表之(四)合并所有者权益变动表”。

1、股本变动情况

项目	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
股本	60,000,000.00	58,700,000.00	1,500,000.00	1,500,000.00

股本变动原因：

(1) 本公司以天职国际会计师事务所有限公司出具的天职京审字【2007】第1402号《审计报告》中确认的有限公司截至2007年11月30日止的净资产人民币6,695万元为基数，折合为股本5,000万元，其余为资本公积1,695万元，整体变更设立北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司。经天职国际会计师事务所有限公司审验并出具天职京验字【2008】9号验资报告，审验后的股本为5,000万元。

(2) 2008年3月，本公司由原股东赵文权等4个自然人和新增股东朱俊英等92个自然人分别以货币出资共600万元对股份公司进行增资，经天职国际会计师事务所有限公司审验并出具天职京验字【2008】18号验资报告，审验后的股本为5,300万元。

(3) 2008年6月，本公司由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)和曾芸分别以货币出资共4,350万元对股份公司进行增资，经天职国际会计师事务所有限公司审验并出具天职京验字【2008】30号验资报告，审验后的股本为5,750万元。

(4) 2008年8月，本公司由郑佳、董丽、陈莉、施蕾、陶跃华、靳光、吴虹共7位自然人分别以货币出资共360万元对股份公司进行增资，经天职国际会计师事务所有限公司审验并出具天职京验字【2008】38号验资报告，审验后的股本为5,870万元。

(5) 2009年2月，本公司由熊剑、罗斌等11位自然人原股东以及吴哲飞、田军等10位自然人新股东以货币增加注册资本130万元，经天职国际会计师事务所有限公司审验并出具天职京核字【2009】159号验资报告，审验后的实收资本为6,000万元。

2、资本公积变动情况

项目	2009年 6月30日	增加	2008年 12月31日	增加	减少	2007年 12月31日	2006年 12月31日
股本溢价	63,955,518.07	2,600,000.00	61,355,518.07	61,355,518.07			
其他资本公积	20,354,037.88		20,354,037.88	20,354,037.88	14,755,731.35	14,755,731.35	14,755,731.35
合计	84,309,555.95	2,600,000.00	81,709,555.95	81,709,555.95	14,755,731.35	14,755,731.35	14,755,731.35

资本公积变动原因：

(1) 公司2009年1-6月增加股本溢价260万元，由公司向股东增资发行股份形成溢价。

(2) 公司 2008 年度增加股本溢价 61,355,518.07 元,其中以 2007 年 11 月 30 日为基准日由有限公司整体变更为股份公司时,以净资产折股形成溢价 16,955,518.07 元,其余 4,440 万元由公司向股东增资发行股份形成溢价。

(3) 公司 2008 年增加其他资本公积 20,354,037.88 元,为 2008 年购买控股子公司少数股东股权,新取得的长期股权投资成本与按照新增持股比例计算应享有子公司可辨认净资产份额之间的差额形成。

(4) 公司 2008 年减少其他资本公积 14,755,731.35 元,系用于公司整体变更时以净资产折成股本。

3、盈余公积变动情况

项目	2009 年 6 月 30 日	2008 年 12 月 31 日	增加	减少	2007 年 12 月 31 日	增加	2006 年 12 月 31 日
法定盈余公积	4,161,563.33	4,161,563.33	3,777,267.26	362,703.93	750,000.00	387,296.07	362,703.93

注:增加均来源于当期净利润的计提;2008 年减少盈余公积 362,703.93 元,用于以 2007 年 11 月 30 日为基准日的净资产折合股本。

4、未分配利润

项目	2009 年 6 月 30 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日	2006 年 12 月 31 日
期初未分配利润	27,285,351.38	53,945,002.29	26,167,894.88	13,997,980.32
本期增加	21,680,617.14	43,354,699.14	33,564,403.48	12,169,914.56
(1) 本期净利润	21,680,617.14	43,354,699.14	33,564,403.48	12,169,914.56
本期减少	14,675,000.00	70,014,350.05	5,787,296.07	-
(2) 提取法定盈余公积	-	3,777,267.26	387,296.07	-
(3) 分配普通股股利	14,675,000.00	15,900,000.00	5,400,000.00	-
(4) 其他	-	50,337,082.79	-	-
期末未分配利润	34,290,968.52	27,285,351.38	53,945,002.29	26,167,894.88

未分配利润变动原因:

(1) 2009 年 3 月 30 日公司 2008 年年度股东大会决议及 2009 年 9 月 16 日第一届第十三次董事会通过《关于公司首次公开发行股票前滚存利润分配政策的议案》,以 2008 年 12 月 31 日为基准日,将基准日经审计的未分配利润 27,285,351.38 元扣除经 2008 年年度股东大会审议通过的股东利润分配数额 14,675,000 元后,基准日剩余可供股东分配利润 12,610,351.38 元与基准日后实现的可供股东分配利润,一并由股票发行以后的新老股东共享。

(2) 2009年3月30日, 公司2008年年度股东大会决议通过, 2008年度利润分配以5,870万股为基数, 每股分红0.25元(含税), 共分配1,467.50万元。

(3) 2008年8月11日, 2008年第六次临时股东大会决议通过, 公司对2008年1-6月利润进行分配, 以5,300万股为基数, 每股分红0.30元(含税), 共分配1,590万元。

(4) 2007年11月1日, 公司股东会决议2006年度股东分红540万元, 根据2006年度股东在公司的股权比例进行分配。

5、少数股东权益

子公司名称	2009年6月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
蓝标印象	-	-	1,045,070.48	603,107.56
蓝标动力	-	-	4,787,669.95	6,676,272.16
蓝标时间	-	-	13,026,140.74	4,363,407.15
动力飞扬	-	-	-	14,493.03
智扬唯美	-	-	1,945,156.71	1,352,553.51
博思瀚扬	3,770,562.37	2,954,514.80	-	-
合计	3,770,562.37	2,954,514.80	20,804,037.88	13,009,833.41

十四、公司最近三年及一期盈利能力分析

(一) 公司营业收入分析

1、营业收入分析

(1) 营业收入构成及增长情况

报告期内, 公司营业收入构成及增长情况如下:

项目	2009年 1-6月	2008年度		2007年度		2006年度
		金额	增长率	金额	增长率	
营业收入	143,715,187.40	327,303,990.43	51.07%	216,650,271.57	62.85%	133,038,251.31
其中: 主营业务收入	143,715,187.40	327,235,426.31	51.04%	216,650,271.57	62.85%	133,038,251.31
其他业务收入		68,564.12				

公司专注于主营业务发展, 主营业务收入均是为客户提供品牌管理服务的劳务收入, 最近三年收入规模持续增长。其他业务收入为公司2008年收购控股的博思瀚扬公司的全资子公司北京欣风翼科技有限公司零星销售的手机收入, 其收入规模极小, 2008年仅占公司营业收入的0.03%, 2009年公司已停止该业务。

(2) 营业收入的特点

公司主营业务的收入特点是：每年的第一季度为全年收入淡季，以后的每个季度收入均会高于上一个季度。由于第一季度节假日较多，客户一般会在2月末和3月初才确定合同、开展相关品牌管理活动，因此该季度实现收入较少。第一季度过后，业务量和业务收入逐步增大，第四季度收入规模达到最高。

报告期内，公司按照季节分布的收入情况（单位：万元）：

时间	一季度	二季度	三季度	四季度	合计
2006年	949	2,489	3,163	6,703	13,304
2007年	2,902	4,056	5,969	8,738	21,665
2008年	5,837	7,096	9,174	10,623	32,730
2009年	6,755	7,617	-	-	14,372

(3) 公司主营业务分业务内容统计的情况

公司报告期营业收入按业务内容分类，如下表所示：

单位：万元

项目	2009年 1-6月	占主营业务 收入的 比例	2008年	占主营业务 收入的 比例	2007年	占主营业务 收入的 比例	2006年	占主营业务 收入的 比例
品牌传播	2,620	18.23%	6,993	21.37%	5,363	24.75%	2,065	15.52%
产品推广	6,773	47.13%	14,487	44.27%	11,386	52.55%	8,917	67.02%
危机管理	479	3.33%	1,692	5.17%	662	3.06%	682	5.13%
活动管理	915	6.37%	1,679	5.13%	898	4.14%	422	3.17%
数字营销	3,229	22.47%	6,980	21.33%	2,653	12.25%	915	6.88%
企业社会责任及其它	355	2.47%	894	2.73%	703	3.24%	303	2.28%
主营业务收入合计	14,372	100.00%	32,724	100.00%	21,665	100.00%	13,304	100.00%

报告期内，公司主营业务有六大项，其中：

产品推广业务一直是公司业务收入中贡献最大的，在总收入中占平均50%左右，2008年以来，因活动管理及数字营销业务的扩大，产品推广业务在总的收入比例中略有缩小，但仍是公司业务收入中贡献最大的业务。

活动管理业务也是公司一直以来专注的一块业务，自2006年至2009年以来发展平稳，且呈上升趋势，2006年该业务在总收入业务的比重为3.17%，2007年上升到4.14%，2008年为5.13%，2009年上半年为6.37%。随着公司客户在活动管理业务的需求的不断增加，公司活动管理业务的增长仍将保持平稳上升趋势。

数字营销业务是近年公司根据互联网的发展及客户的需求，新探索出的一块业务，该业务迅速发展，从2006年在总收入的比重的6.88%一跃到2009年上半年占公司总收入比重的22.47%，是公司目前最具潜力的一块业务，未来增长空间仍然很大。

(4) 按照公司品牌统计的主营业务收入构成及其增长情况

报告期内，公司按照品牌统计的主营业务收入构成及增长情况如下表(单位：万元)：

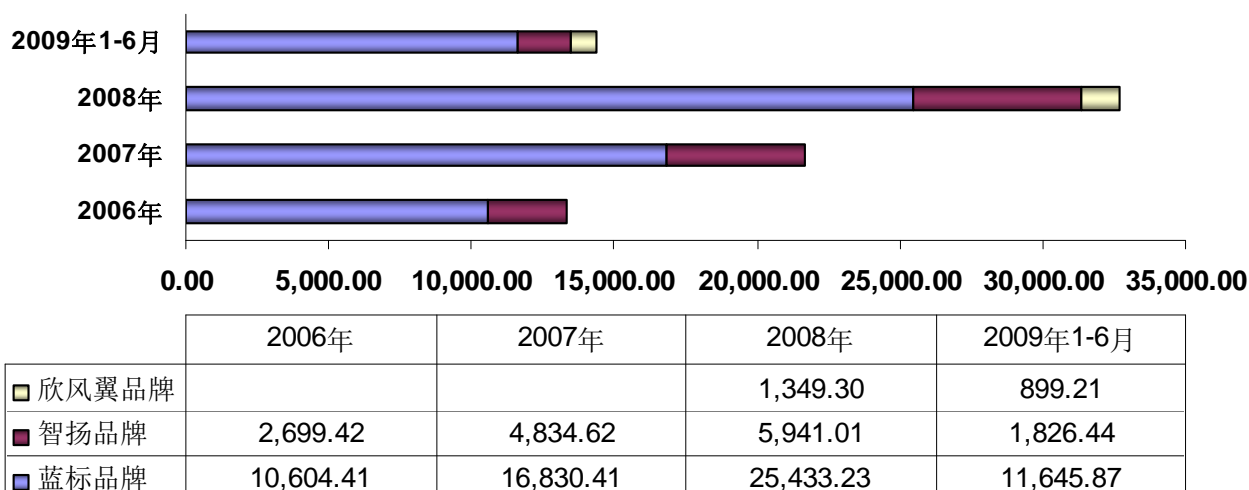
项目	2009年1-6月			2008年度			2007年度		2006年度	
	金额	比例1	比例2	金额	比例1	比例2	金额	比例1	金额	比例1
蓝标品牌	11,645.87	86.44%	81.03%	25,433.23	81.06%	77.72%	16,830.41	77.68%	10,604.41	79.71%
智扬品牌	1,826.44	13.56%	12.71%	5,941.01	18.94%	18.16%	4,834.62	22.32%	2,699.42	20.29%
*合计	13,472.31	100.00%		31,374.24	100.00%		21,665.03	100.00%	13,303.83	100.00%
欣风翼品牌	899.21		6.26%	1,349.30		4.12%				
合计	14,371.52		100.00%	32,723.54		100.00%	21,665.03	100.00%	13,303.83	100.00%
蓝标品牌收入较前一年增长率						51.11%	58.71%		-	
智扬品牌收入较前一年增长率						22.88%	79.10%		-	
*合计较前一年增长率						44.82%	62.85%		-	
合计较前一年增长率						51.04%	62.85%		-	

注：1、*合计：为公司原有蓝标品牌和智扬品牌的总收入情况；合计=*合计+欣风翼品牌收入。

2、“比例1”为公司原有蓝标品牌和智扬品牌的总收入为基础的比例；“比例2”为公司现有蓝标品牌、智扬品牌和欣风翼品牌的总收入为基础的比例

主营业务收入构成图如下(单位：万元)：

主营业务收入图(单位：万元)



报告期内，公司拥有三个品牌，其中：

蓝色光标品牌作为国内极具影响力的品牌，其业务收入规模持续增长，在公司原有

两个品牌的收入结构中，基本占到77%以上的比例，2007年该比例略低于2006年，主要因为该年度智扬公关品牌的业务收入增幅为79.10%，高于蓝色光标品牌的业务收入增长58.71%的幅度；2008年4月，公司并购博思瀚扬后，蓝色光标品牌的收入在现有三个品牌的收入结构中，仍保持在77%以上的比例，仍然是公司收入贡献最大的品牌。

智扬公关品牌作为国内知名品牌之一，其业务收入规模也是持续增长，最近三年在公司主营业务收入结构中始终保持在18%以上的比例，为公司提供了稳定的收入来源，是公司重要的品牌之一。

欣风翼品牌作为公司新品牌，2008年5月至12月贡献的业务收入，在公司当年的主营业务收入结构中，占4.12%，是公司当年主营业务收入增长的原因之一。

2、营业收入增长分析

报告期内，公司营业收入能够持续增长源于如下原因：

(1) 国内市场对品牌管理需求不断增长，为公司创造了前所未有的发展机遇。

随着国民经济的发展，宏观经济形势和政策环境逐步改善，实体经济迅速成长，居民的生活水平也得到了提高，我国逐步进入“消费时代”。“消费时代，品牌为王”，越来越多的企业认识到了品牌的价值和意义，不断加大对品牌管理的投入，品牌管理的需求不断扩大，品牌管理服务业务的快速发展，公共关系行业迎来了前所未有的发展机遇。

(2) 公司凭借良好的业务素质和服务质量，通过为原有客户提供增量服务和增值服务，提高公司的收入规模。

公司通过良好的业务素质、对客户品牌理念的深刻理解和卓越的执行力，不断提高客户对公司服务的满意度和公司对客户服务的价值，赢得了客户信任，增加了业务机会，在保证公司稳定收入的情况下，进一步形成了公司的增量收入。

以公司2008年度的前五大客户为例，最近三年收入情况如下表（单位：万元）：

客户名称	2008年度	2007年度	2006年度
联想	7,377.74	5,245.02	3,146.29
丰田	2,934.29	1,488.36	440.65
三星	2,569.03	1,792.04	1,319.19
佳能	2,280.95	1,849.84	1,341.85
AMD	1,493.89	840.12	303.19

可以看出，公司 2008 年度前五大客户在近三年的业务量是显著增长的。公司专业和高品质的服务是公司业务收入持续增长的重要因素之一。

(3) 公司品牌优势和较强的综合服务能力，将新增客户需求转变为现实收入。

一直以来，公司秉承“专业立身，卓越执行”的服务理念，不断提高服务质量，在业界建立了良好的口碑，逐渐积累形成了自身的经验、规模和品牌等优势。一方面，良好的品牌形象为公司创造了大量的新客户、新业务机会；另一方面公司较强的综合服务能力，使上述机会形成了公司新增客户和新增收入。报告期内，伴随公司品牌影响力的逐步增强，越来越多的竞标机会是客户主动邀请“蓝色光标”、“智扬公关”参与而形成。公司的品牌优势和较强的服务能力是公司营业收入不断增长的原因之一。

报告期内，公司服务的客户数量，以客户品牌进行统计的情况如下表：

时间	2008年度	2007年度	2006年度
品牌数量(个)	184	163	147

(4) 伴随客户新需求和新媒介的出现，公司通过增加服务内容不断扩大收入规模。

伴随经济的发展、互联网的出现，一方面，公众对企业社会责任等方面的要求越来越高，经常会有企业陷入各种危机，对其品牌造成了很大的负面影响；另一方面，信息传播速度愈来愈快、传播辐射面越来越广，客户的品牌管理难度、管理途径和方式均有所不同。公司结合业务需求和业务特点增加了服务的内容，主要有危机管理、企业社会责任管理和基于互联网的营销等。其中，基于互联网的营销是指协助客户搜集公众对客户品牌的“感受”，并进行定期分析、反馈，帮助客户做好和消费者的互动沟通等公共关系管理工作，从而提高公众对客户品牌的认识和忠诚度，该业务收入已经从百万级增加至千万级，巩固了公司在公共关系领域的领先地位。

(5) 通过并购同行业公司增加公司收入规模。

2008年4月，公司并购同行业公司博思瀚扬（其拥有“欣风翼”品牌）。博思瀚扬及其全资子公司擅长消费终端的活动管理和相关培训服务，其服务内容是品牌管理链条中的环节之一，公司将其并购可以使其和公司形成良好的协同效应。2008年5-12月和2009年1-6月，该公司贡献营业收入1,356万元和899万元，虽然该公司的营业收入对公司的贡献较小，但也是公司营业收入增长的原因之一。

（二）报告期内公司利润主要来源及可能影响发行人盈利能力连续性和稳定性的主要原因

1、报告期内公司利润主要来源

报告期内，公司利润主要来源于为客户提供品牌管理服务业务。

2、可能影响发行人盈利能力连续性和稳定性的主要原因

管理层在明确公司主业发展、业务定位的基础上，对可能影响公司盈利能力的各要素进行审慎评估，认为在可预见的未来，公司能够保持良好的持续稳定的经营和盈利能力。在未来可能影响公司盈利能力连续性和稳定性的主要因素如下：

（1）面对国外企业凭借雄厚的资金实力和并购国内同行业企业的凌厉攻势，如果公司缺少资本市场等融资手段，错失并购等扩张市场的机会，将影响公司成长速度、未来的市场地位，进而影响公司未来收入规模持续增长的稳定性和速度。

对于行业内成熟的国际公司，其迅速发展和壮大很大程度借助于资本市场的不断融资，进行不断收购，收购各具特点和优势的公司，进行适当整合和培育，以此迅速占领市场，取得优势地位。国际公共关系行业，目前以每周大概一家企业被收购的速度，不断发生着变化，国内市场中的特色企业也在逐步被国际公司收购。公司目前由于缺少资本市场等融资手段，难以迅速通过并购扩大市场份额，巩固国内的市场地位。因此，公司如果不能建立资本市场等融资渠道，将影响公司市场扩张速度和未来收入规模持续增长的稳定性和速度。

（2）公司未来如果出现人力资源不足的情况，公司收入规模的持续增长和盈利能力的稳定性均将受到影响。

人力资本和智力资本是品牌管理服务行业重要资源，从业人员的数量和业务水平是本行业服务质量的关键因素之一。报告期内，伴随公司收入规模的迅速增长，公司已培养了一批具有较强业务能力的从业人员，并通过原股东转让、公司增资扩股等方式，使相关业务骨干拥有了公司股权，在一定程度上减少了公司人才的流失，很好的稳定了公司业务队伍，提高了服务质量。如果未来公司在业务规模不断扩大情况下，难以招聘足够的从业人员和高端业务人才，或者出现公司人才流失的情况，造成服务质量下降，客户流失，公司收入规模的持续增长和盈利能力的稳定性均将受到重大影响。

(三) 营业成本构成与变化分析

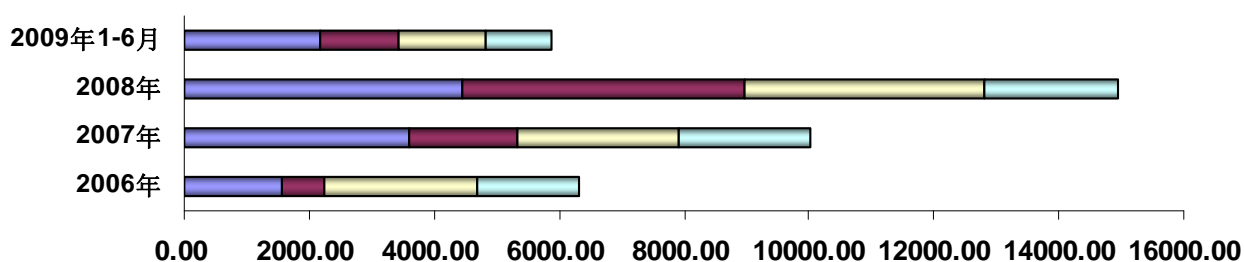
1、营业成本构成情况

公司营业成本主要由服务成本、会议成本、媒介成本和其他成本构成，不包括公司开展服务业务的人工成本。其中，服务成本主要来源于两方面：一是公司外包部分服务的成本；二是公司开展品牌管理等活动时产生的相关成本费用，例如：活动场地租赁费等，以及供应商开具“服务费”项目发票的部分。媒介成本主要核算项目广告费、宣传费、专栏费等与媒体相关，并与媒体结算的成本。会议成本主要核算项目的会议费用，包括：设备租赁费、会务用品、录音整理费、速记费、租车费、翻译费、演出礼仪等费用。其他成本包括项目差旅费、招待费、办公费、劳务费等费用。

报告期内，营业成本构成如下表：

项 目	2009年1-6月		2008年度		2007年度		2006年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
服务成本	21,817,788.39	37.18%	44,457,806.98	29.75%	35,901,776.85	35.84%	15,632,597.08	24.71%
会议成本	12,399,534.82	21.13%	45,167,884.19	30.22%	17,502,229.41	17.47%	6,725,947.71	10.63%
媒介成本	13,882,650.00	23.65%	38,437,537.80	25.72%	25,620,972.80	25.58%	24,605,344.09	38.89%
其他成本	10,584,595.61	18.04%	21,386,190.36	14.31%	21,151,846.19	21.11%	16,304,753.08	25.77%
合 计	58,684,568.82	100.00%	149,449,419.33	100.00%	100,176,825.25	100.00%	63,268,641.96	100.00%

营业成本构成图（单位：万元）



	2006年	2007年	2008年	2009年1-6月
其他成本	1630.48	2115.18	2138.62	1058.46
媒介成本	2460.53	2562.10	3843.75	1388.27
会议成本	672.59	1750.22	4516.79	1239.95
服务成本	1563.26	3590.18	4445.78	2181.78

2、营业成本变化分析

公司营业成本全部为变动成本，其变动主要受以下几方面的影响：

（1）公司业务量

公司的营业成本与业务量呈非线性正向变化关系。由于品牌管理服务既涉及媒介信息等日常管理服务，也涉及相关品牌活动服务；既涉及品牌管理服务的某一环节服务，也涉及品牌管理服务中的多个环节服务，因此，不同服务的成本侧重不同，成本投入不同。媒介信息等日常管理服务，以各种信息搜集、剪报、反馈，定期和媒体、公众沟通等工作为主，因此，其媒介成本和其他成本项目为主要成本，会议和服务成本为次要成本；品牌活动服务，由于活动种类和范围等不同，涉及全部成本项目，其中以服务、会议成本为主，媒介和其他成本为辅。所以，伴随公司业务规模的不断扩大，营业成本不断增加，其与收入规模非线性正相关。

（2）公司业务合同的收入构成

公司为客户提供品牌管理服务时，有的客户约定合同金额包含项目成本和公司所收取的服务费（以下简称“第一种方式”）；有的客户仅在合同中约定所收取的服务费（以下简称“第二种方式”），因此，第一种方式的营业成本一般会大于第二种方式。

报告期内，最近三年伴随公司业务量的大幅增加，公司营业成本中的各项成本均逐年增加。各项成本在营业成本中的比例变化略有不同，其中：服务成本近三年的比例略有波动平均为30.10%；会议成本的比例处于上升趋势，与同期公司业务中，品牌活动管理类服务不断增加相关，2008年度，该成本比例上升为30.22%；媒介成本的比例下降到25.72%，2006年该成本占营业成本的38.89%，为当期第一大成本，与该年度公司业务以客户品牌日常管理为主的业务特点相关，2007年度和2008年度该比例下降，与品牌活动管理等非日常管理业务大幅增加相关；其他成本，2007年度较2006年度的比例略有下降，2008年度由于该成本增幅较小，在营业成本总额增长近4,900万元的情况下，比例下降6.8个百分点。

（四）营业毛利与毛利率分析

报告期内，公司营业收入、毛利、毛利率情况：

时间	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
营业收入	143,715,187.40	327,303,990.43	216,650,271.57	133,038,251.31
营业收入增长率		51.07%	62.85%	
营业成本	58,684,568.82	149,449,419.33	100,176,825.25	63,268,641.96
营业成本增长率		49.19%	58.34%	
营业利润	85,030,618.58	177,854,571.10	116,473,446.32	69,769,609.35

营业利润增长率		52.70%	66.94%	
毛利率	59.17%	54.34%	53.76%	52.44%

从上表可以看出，公司最近三年的营业收入和营业利润持续增长，营业成本增长率小于营业收入增长率，使营业利润增长率略高于营业收入增长率；公司最近三年毛利率持续小幅增长，整体保持在52%以上。2009年上半年，由于公司品牌管理服务业务中毛利率较高的咨询类服务比重有所增加，以及客户约定的第二种结算方式增多，导致营业收入的毛利率增长，超过了59%。

公司所核算的营业利润，是国际上同行业统计所使用的业务净收入，未扣除服务过程中的人工成本，即公司在销售费用核算的业务人员的工资、奖金等费用。若扣除该部分成本，公司业务利润和业务毛利率将有所降低，如下表：

时间	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
营业收入	143,715,187.40	327,303,990.43	216,650,271.57	133,038,251.31
营业收入增长率	-	51.07%	62.85%	
营业利润（1）	85,030,618.58	177,854,571.10	116,473,446.32	69,769,609.35
毛利率	59.17%	54.34%	53.76%	52.44%
业务人员成本（2）	28,535,533.06	56,544,552.76	27,233,982.45	22,788,341.03
业务人员成本增长率	-	107.62%	19.51%	-
业务利润（1）-（2）	56,495,085.52	121,310,018.34	89,239,463.87	46,981,268.32
业务毛利率	39.31%	37.44%	42.82%	41.46%

从上表可以看出，扣除人员工资、奖金等费用后，报告期内的业务毛利率平均约为40%。2007年较2006年业务毛利率略有增加，主要因为2007年收入大幅增加，增幅为62.85%，但同期的人员规模及其成本未同比增加，人员成本增幅仅为19.51%；2008年较2007年业务毛利率降低，主要因为2008年随着业务量的进一步增加，收入增幅为51.07%，但同期人员规模及其成本费用增幅为107.62%，远高于收入增幅；2009年1-6月份业务毛利率比例为39.31%，较2008年略有上升，主要因为毛利率较2008年增长了4.83个百分点。

（五）营业税金及附加与期间费用分析

1、营业税金及附加

项目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
营业税	7,185,759.36	15,137,436.13	4,755,674.20	2,496,083.48
城市维护建设税	486,883.78	1,020,496.04	303,320.00	152,901.01
教育费附加	215,572.75	452,129.17	144,978.99	74,639.86

河道维护管理费	30,538.14	80,900.62	5,827.39	3,543.11
合计	7,918,754.03	16,690,961.96	5,209,800.58	2,727,167.46

从上表可以看出,2008年度发生额比2007年度增加220.38%,2007年度发生额比2006年度增加91.03%,主要原因为公司营业额的增长,以及部分企业流转税优惠政策于2008年度到期,导致税金增加所致。

2、期间费用

报告期内,公司期间费用包括销售费用、管理费用和财务费用,期间费用的构成及变化趋势如下:

项目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
营业收入	143,715,187.40	327,303,990.43	216,650,271.57	133,038,251.31
期间费用合计	46,637,769.76	101,360,886.24	68,976,558.71	51,738,947.90
期间费用合计/营业收入	32.45%	30.97%	31.84%	38.89%
其中:销售费用	33,242,090.39	76,286,385.02	44,295,492.93	34,199,145.53
销售费用/营业收入	23.13%	23.31%	20.45%	25.71%
管理费用	12,965,878.55	25,479,526.49	24,881,565.30	17,611,841.16
管理费用/营业收入	9.02%	7.78%	11.48%	13.24%
财务费用	429,800.82	-405,025.27	-200,499.52	-72,038.79
项目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
营业收入增长率	-	51.07%	62.85%	-
销售费用增长率	-	72.22%	29.52%	-
管理费用增长率	-	2.40%	41.28%	-

从上表可以看出,2006年度、2007年度和2008年度期间费用占营业收入的比例分别为38.89%、31.84%、30.97%,呈现下降趋势,主要因为公司营业收入逐年大幅增长;2009年1-6月份期间费用占营业收入比例为32.45%,较2008年略有增加,主要因为公司上半年收入规模较小。

(1) 销售费用

公司最近三年销售费用占营业收入的比例平均为23.16%,2007年较2006年该比例下降5.26个百分点,主要因为销售费用增长幅度29.52%小于业务收入增长幅度62.85%;2008年该比例较2007年增加2.86个百分点,主要因为销售费用增长幅度为77.22%,超过营业收入增长幅度51.07%;2009年1-6月份,该比例与2008年度基本持平。

报告期内，公司销售费用构成如下：

项目	2009年1-6月份		2008年度		2007年度		2006年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
工资、奖金等	28,535,533.06	85.84%	56,544,552.76	74.12%	27,233,982.45	61.48%	22,788,341.03	66.63%
业务招待费	653,188.17	1.96%	2,870,672.50	3.76%	4,423,949.49	9.99%	2,987,562.51	8.74%
差旅费	743,054.42	2.24%	2,217,701.53	2.91%	2,264,896.40	5.11%	467,066.49	1.37%
办公费	1,132,623.91	3.41%	3,067,968.70	4.02%	3,374,640.66	7.62%	3,010,923.21	8.80%
交通费	822,279.32	2.47%	1,838,910.67	2.41%	1,435,487.80	3.24%	1,363,647.74	3.99%
其他	1,355,411.51	4.08%	9,746,578.86	12.78%	5,562,536.13	12.56%	3,581,604.54	10.47%
合计	33,242,090.39	100.00%	76,286,385.02	100.00%	44,295,492.93	100.00%	34,199,145.53	100.00%

注：其他项目包括业务部门的会议费、业务培训费、通讯费、服务费等

公司主营业务是提供品牌管理服务，业务开展主要以投入大量的人力资本和智力资本为主，因此，人力资源是公司的宝贵资源，是保障公司提供优质服务的关键因素，具有举足轻重的作用，为了保持公司薪酬体系在行业内领先水平，公司不断完善薪酬管理制度，及时、足额将员工薪酬发收，保证对员工的有效激励，从而增加员工工作的满意度和对公司认可，最终实现公司业务的稳健发展。因此，人员工资、奖金等费用是销售费用中的主要项目。从上表可以看出，伴随公司业务收入规模的迅速增长，公司业务人员工资、奖金等人员成本逐年增加，其在销售费用中所占比例也处于逐年上升的趋势。

销售费用的其他项目中，除了2007年业务招待费、差旅费和其他费用因业务开拓力度增大而较2006年有所增加外，2008年随着费用管理的进一步细化，相关销售费用项目均得到了很好的控制。

（2）管理费用

最近三年，公司管理费用占营业收入的比例逐年递减，主要因为公司营业收入规模增幅很大，远远高于相对固定的管理费用的增幅。2009年1-6月收入规模相对少于下半年度，使该期间的管理费用占营业收入的比例上升。

报告期内，公司管理费用构成如下：

项目	2009年1-6月份		2008年度		2007年度		2006年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
工资、奖金等	5,735,096.03	44.23%	9,187,265.28	36.06%	7,780,471.74	31.27%	3,302,601.33	18.75%
房租水电费	2,468,691.36	19.04%	6,029,656.88	23.66%	4,831,756.16	19.42%	3,924,891.85	22.29%
折旧	1,333,153.03	10.28%	1,166,592.39	4.58%	564,586.77	2.27%	531,478.14	3.02%

办公费	622,181.16	4.80%	1,849,354.21	7.26%	2,413,635.91	9.70%	2,979,433.67	16.92%
服务费	537,459.65	4.15%	2,809,590.63	11.03%	2,338,248.00	9.40%	1,807,073.40	10.26%
其他*	2,269,297.32	17.50%	4,437,067.10	17.41%	6,952,866.72	27.94%	5,066,362.77	28.77%
合计	12,965,878.55	100.00%	25,479,526.49	100.00%	24,881,565.30	100.00%	17,611,841.16	100.00%

注：其他项目包括管理部门的会议费、差旅费、业务招待费、通讯费、培训费、摊销费、坏账准备、房产税、土地使用税等。

由上表可以看出，公司管理费用主要由管理人员的工资、奖金等人员费用、房租水电费、办公费、服务费、折旧等费用组成，其中管理人员的成本所占比例最大。

(3) 财务费用

公司最近三年财务费用为负，主要是公司银行存款利息，2009年1-6月份的财务费用主要是公司2008年12月新增短期贷款3,000万元产生的借款利息。

(六) 合并报表以外的投资收益、少数股东损益对经营成果的影响

报告期内，公司无合并报表以外的投资收益，少数股东损益金额较小，不会对公司的经营成果产生重大影响。

(七) 营业外收入与支出

报告期内，公司营业外收入与支出情况如下：

营业外收入	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
非流动资产处置利得合计	350.84	66,426.84	10.00	-
其中：固定资产处置利得	350.84	66,426.84	10.00	-
政府补助	230,000.00	65,000.00	127,000.00	132,097.01
改制资助	200,000.00	-	-	-
其他	-	1,587,407.83	16,617.00	29,457.30
合计	430,350.84	1,718,834.67	143,627.00	161,554.31
营业外支出	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
非流动资产处置损失合计	34,080.29	74,111.37	130,581.49	1,650.00
其中：固定资产处置损失	34,080.29	74,111.37	130,581.49	1,650.00
罚款支出	940.00	13,889.44	550.00	-
捐赠支出	-	70,000.00	-	103,000.00
其他支出	-	14,713.81	263,663.98	-
合计	35,020.29	172,714.62	394,795.47	104,650.00
营业外收支净额	395,330.55	1,546,120.05	-251,168.47	56,904.31

1、营业外收入变动情况

2009年1-6月发生额主要为公司2009年1-6月份收到中关村科技园区管理委员会改制补助资金20万元，以及下属子公司上海蓝色光标公关服务有限公司收到地方奖励23万元所致。

2008年度发生额比2007年度增加1,096.74%，主要为非同一控制下合并上海蓝标、蓝标信息，合并成本小于可辨认净资产公允价值的差额1,587,407.32元。

2、营业外支出变动情况

2007年度发生的其他支出主要为北京蓝标印象科技有限公司上海分公司变更办公场地，终止与上海地产大厦租赁协议，按照租赁合同约定应支付对方违约金203,538.36元。

报告期内，公司营业外收支净额占营业利润的比例很小，对公司的盈利能力不构成重大影响。

(八) 其他综合收益和综合收益总额

根据《财政部关于印发企业会计准则解释第3号的通知》（财会[2009]8号）规定，“其他综合收益”项目，反映企业根据企业会计准则规定未在损益中确认的各项利得和损失扣除所得税影响后的净额。“综合收益总额”项目，反映企业净利润与其他综合收益的合计金额。

项目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
资本溢价		20,354,037.88		
无法支付款项转入				
其他综合收益合计		20,354,037.88		
净利润	22,496,664.71	44,410,768.13	41,373,100.98	13,302,784.62
综合收益总额	22,496,664.71	64,764,806.01	41,373,100.98	13,302,784.62

公司2008年其他综合收益20,354,037.88元，为2008年购买控股子公司少数股东股权，新取得的长期股权投资成本与按照新增持股比例计算应享有子公司可辨认净资产份额之间的差额计入资本公积形成，对当期所得税没有影响。

2008年1月，发行人收购4家子公司蓝标动力、蓝标时间、蓝标印象、智扬唯美少数股东持有的股权。截至2008年1月1日，4家子公司在合并财务报表中形成的少数股东权益20,804,037.88元，扣除发行人因购买少数股权确认长期股权投资成本450,000.00元，差额列入合并财务报表资本公积20,354,037.88元。根据《企业会计准

则解释第3号》(财会[2009]8号)规定,由此确认的资本公积应属于“其他综合收益”项目。具体构成如下表(单位:元):

公司名称	收购股权比例	购买价格	少数股权账面值	计入其他综合收益数
蓝标动力	30%	150,000	4,787,669.95	4,637,669.95
蓝标时间	20%	100,000	13,026,140.74	12,926,140.74
蓝标印象	20%	100,000	1,045,070.48	945,070.48
智扬唯美	20%	100,000	1,945,156.71	1,845,156.71
合计		450,000	20,804,037.88	20,354,037.88

2、公司2007年其他综合收益30,000.00元,为下属子公司广州蓝标信息科技有限公司对外无法支付款项转入资本公积形成,对当期所得税没有影响。

(九) 公司最近三年及一期纳税情况

1、公司最近三年及一期纳税税额如下表

项目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
所得税	7,688,060.93	15,076,293.58	307,686.03	536,390.14
其中:当期所得税	7,688,060.93	15,076,293.58	307,686.03	536,390.14
营业税	7,185,759.36	15,137,436.13	4,755,674.20	2,496,083.48
城市维护建设税	486,883.78	1,020,496.04	303,320.00	152,901.01
合计	15,360,704.07	31,234,225.75	5,366,680.23	3,185,374.63

2、所得税费用(收益)与会计利润

公司报告期内无需确认的递延所得税资产和递延所得税负债,因此,所得税费用对当期净利润的影响仅为当期实际应交企业所得税。

3、流转税与所得税优惠影响

报告期内,公司及其下属子公司享受了流转税、所得税的部分优惠政策,具体政策与税率见“本章节之五、税项”部分。

基于合并范围内,公司报告期内享受的流转税、企业所得税优惠政策于2008年底已经全部到期或不再执行,假定公司自2006年起不享受上述优惠政策,编制的2006年至2008年备考合并利润表如下:

(1) 备考利润表编制说明

备考税率说明：备考利润表营业税金及附加按照 5.5% 计算，企业所得税 2006 年度、2007 年度适用 33% 的税率，2008 年度适用 25% 的企业所得税税率；

备考税务处理政策说明：自 2008 年起执行新的企业所得税法，公司发生的工资薪金支出可以税前据实扣除，2008 年以前发生的工资薪金税前按照标准扣除，其中 2006 年每人可扣除 15,360 元，2007 年每人可扣除 19,200 元。

(2) 2006年至2008年备考利润表

项 目	2008 年度	2007 年度	2006 年度
一、营业总收入	327,303,990.43	216,650,271.57	133,038,251.31
其中：营业收入	327,303,990.43	216,650,271.57	133,038,251.31
二、营业总成本	270,731,677.78	181,318,235.01	123,836,289.70
其中：营业成本	149,449,419.33	100,176,825.25	63,268,641.96
营业税金及附加	18,059,590.97	11,809,669.50	7,307,476.30
销售费用	76,286,385.02	44,295,492.93	34,199,145.53
管理费用	25,479,526.49	24,881,565.30	17,611,841.16
财务费用	-405,025.27	-200,499.52	-72,038.79
资产减值损失	1,861,781.24	355,181.55	1,521,223.54
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	56,572,312.65	35,332,036.56	9,201,961.61
加：营业外收入	1,718,834.67	143,627.00	161,554.31
减：营业外支出	172,714.62	394,745.47	104,650.00
其中：非流动资产处置损失	74,111.37	130,581.49	1,650.00
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	58,118,432.70	35,080,918.09	9,258,865.92
减：所得税费用	14,745,287.25	25,412,855.50	12,719,515.54
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	43,373,145.46	9,668,062.58	-3,460,649.61
归属于母公司所有者的净利润	42,317,076.47	8,033,054.58	-1,067,718.71
少数股东损益	1,056,068.99	1,635,008.00	-2,392,930.91
六、每股收益			
（一）基本每股收益	0.77		
（二）稀释每股收益	0.77		
七、其他综合收益	10,654,547.41		
八、综合收益总额	54,027,692.87	9,668,062.58	-3,460,649.61
归属于母公司所有者的综合收益总额	52,971,623.88	8,033,054.58	-1,067,718.71
归属于少数股东的综合收益总额	1,056,068.99	1,635,008.00	-2,392,930.91

(3) 备考利润表与申报利润表的主要差异项目如下:

项 目	2008 年度	2007 年度	2006 年度
备考表营业税金及附加	18,059,590.97	11,809,669.50	7,307,476.30
申报表营业税金及附加	16,690,961.96	5,209,800.58	2,727,167.46
差异①	1,368,629.01	6,599,868.92	4,580,308.84
备考表所得税费用	14,745,287.25	25,412,855.50	12,719,515.54
申报表所得税费用	15,076,293.58	307,686.03	536,390.14
差异②	-331,006.33	25,105,169.47	12,183,125.40
税收优惠政策对净利润影响数	1,037,622.68	31,705,038.39	16,763,434.24

注：税收优惠政策对净利润影响数=差异①+差异②

由于公司属于需要投入较高人力资本和智力资本的现代服务业企业，人员的薪金成本为主要成本，以 2006 年度和 2007 年度税前可扣除的工资薪金标准计算，不能在所得税前扣除的人工成本较高，因此，公司享受的相关税收政策，减少了公司人工成本所涉及的税支支出，对公司净利润的贡献较大，2008 年度，公司相关优惠政策已经全部到期或不再执行，因此，税收优惠对公司净利润的影响很小，仅约为 104 万元，更加真实的体现了公司整体的经营能力。报告期内，如果扣除税收优惠的影响，公司仍满足申请在创业板首次公开发行股票盈利指标要求，并且，报告期内的业绩增幅更加显著，也更凸显了公司的成长性。

(十) 扣除纳税影响情况下公司盈利能力分析

报告期内，公司及其子公司享受了税收减免政策，扣除税收影响，即公司未缴纳营业税及其附加和所得税的利润（简称“未缴税利润”）情况如下表（单位：万元）：

项目	2008 年度	增长金额	增长(%)	2007 年度	增长金额	增长(%)	2006 年度
营业总收入	32,730.40	11,065.37	51.07	21,665.03	8,361.20	62.85	13,303.83
减：营业成本	14,944.94	4,927.26	49.19	10,017.68	3,690.82	58.34	6,326.86
销售费用	7,628.64	3,199.09	72.22	4,429.55	1,009.63	29.52	3,419.91
管理费用	2,547.95	59.80	2.40	2,488.16	726.97	41.28	1,761.18
财务费用	-40.50	-20.45	102.01	-20.05	-12.85	178.32	-7.20
资产减值损失	186.18	150.66	424.18	35.52	-116.60	-76.65	152.12
营业外支出净额	-154.61	-179.2	-715.69	25.11	30.80	-541.30	-5.69
抵减营业总收入的 项目合计	25,112.60	8,136.63	47.93	16,975.97	5,328.78	45.75	11,647.19
未缴税利润	7,617.80	2,928.74	62.46	4,689.06	3,032.42	183.05	1,656.63

注：1、营业外支出净额=营业外支出-营业外收入

2、未缴税利润 =营业总收入-抵减营业总收入的项目合计
=净利润+所得税费用+营业税金及附加

从上表可以看出，扣除纳税影响情况下，2008年度、2007年度、2006年度的营业总收入分别为32,730.40万元、21,665.03万元、13,303.83万元，分别较前一年度增长11,065.37万元和8,361.20万元；未缴税利润分别为7,617.80万元、4,689.06万元、1,656.63万元。公司营业总收入和未缴税利润最近三年持续增长，公司具有较强的盈利能力。

2007年度较2006年度未缴税利润增长183.05%，主要因为：营业总收入增长62.85%，同期的营业成本、销售费用和管理费用增长幅度均低于营业总收入增长幅度，此外，2006年度公司未缴税利润本身也较小，因此，体现为2007年度未缴税利润较2006年度增幅高于营业总收入的增幅，并且增长幅度较大。

2008年度较2007年度未缴税利润增长62.46%，主要因为：营业总收入增长51.07%，同期的营业成本增长幅度为49.19%，低于营业总收入增长幅度，管理费用仅增2.40%，营业成本和管理费用的相对降低抵减了销售费用环比增长高于营业总收入增长幅度的影响，使抵减营业总收入的项目合计增幅仅为47.93%，因此，2008年度未缴税利润较2007年度的增幅高于营业总收入增长幅度。同时，2007年度公司未缴税利润基数远高于2006年度，使2008年度环比增幅小于2007年度环比增幅。

最近三年，公司营业成本、销售费用、管理费用具体分析详见“本章节十四之（三）营业成本构成与变化分析”和“本章节十四、（五）营业税金及附加与期间费用分析之2、期间费用”部分。

最近三年，扣除非经常性损益前的净利润、扣除非经常性损益后的净利润以及假定自2006年起不享受流转税和所得税税收减免政策的备考利润表的净利润（备考利润表详见本章节十四、公司最近三年及一期盈利能力分析之（九）公司最近三年及一期纳税情况之3、流转税与所得税优惠影响）和上述未缴税利润的比较情况如下表（单位：万元）：

项目	2008年度	增长金额	增长(%)	2007年度	增长金额	增长(%)	2006年度
净利润	4,441.08	303.77	7.34	4,137.31	2,807.03	211.01	1,330.28
扣除非经常性损益的净利润	4,098.21	-64.21	-1.54	4,162.42	2,837.83	214.24	1,324.59
备考利润表净利润	4,337.31	3,370.50	348.62	966.81	1,312.87	-	-346.06
未缴税利润	7,617.80	2,928.74	62.46	4,689.06	3,032.42	183.05	1,656.63

从上表可以看出，由于受到税收减免政策、税率等影响，以及公司合并范围内的控股子公司的具体情况不同，使公司净利润、扣除含有税收影响数的非经常性损益后的净利润数，以及假定自 2006 年起不享受流转税和所得税税收减免政策的备考利润表的净利润，最近三年环比增幅可比性较差，因此，扣除税收影响（即未缴纳营业税及其附加和所得税的情况下）的未缴税利润，更能真实地体现公司持续增长情况和盈利能力，从该指标看，公司持续盈利能力较强。

十五、公司现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

项 目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
营业收入	143,715,187.40	327,303,990.43	216,650,271.57	133,038,251.31
净利润	22,496,664.71	44,410,768.13	41,373,100.98	13,302,784.62
经营活动产生的现金流量净额	4,853,446.64	65,517,515.74	37,786,639.65	2,458,510.19
投资活动产生的现金流量净额	-2,706,353.33	-82,787,752.11	-760,058.28	-1,418,748.55
筹资活动产生的现金流量净额	-22,086,095.00	76,324,480.00	-5,400,000.00	-320,000.00
现金及现金等价物净增加额	-19,939,001.69	59,054,243.63	31,626,581.37	719,761.64
期末现金及现金等价物余额	86,561,996.64	106,500,998.33	47,446,754.70	15,820,173.33

（一）经营活动产生的现金流量净额分析

1、报告期经营活动产生的现金净流量波动因素分析

公司最近三年，经营活动产生的现金流量净额持续增长，各年度变化原因如下：

2007 年度较 2006 年度增加 3,532.81 万元，主要原因为 2007 年业务规模扩大，实现净利润增幅较大，同时经营性应收项目与经营性应付项目增长幅度基本一致，经营活动产生的现金流量净额与实现的当期利润比较匹配，造成 2007 年度经营活动现金净流量增幅很大。

2008 年度较 2007 年度增加 2,773.09 万元，除 2008 年度实现利润略有增长影响外，主要原因为：该年度公司加强了业务应收账款的管理，使业务收款周期进一步缩短，经营性应收项目减少 1,075 万元；此外，公司加强项目预收款项管理、应交税费等项目综合影响，增加经营性应付项目 632 万元，也导致了 2008 年度经营活动现金净流量增幅较大。

2009 年 1-6 月经营活动现金流量净额下降幅度较大，出现了波动，除了可比期间不一致外，还因为部分业务尚处于操作或结算期内，应收账款的规模加大，经营性应收项

目和经营性应付项目的反向变动，同时，公司支付了2008年计提的职工薪酬，最终导致了经营活动现金净流量降低。

2、经营性现金净流量与净利润的匹配情况分析

2006年度，公司经营性现金净流量245.81万元，实现净利润1,330.28万元，两者相差1,084.43万元。结合资产负债表和利润表的分析，经营活动现金流量净额偏低的主要原因为：经营性应收项目相比经营性应付项目增加1,300万元，由于收入规模的扩大，导致2006年末应收账款同比增加1,400万元，因此，经营性资金占用较高，2006年度经营性现金净流量低于当年实现的净利润。

2007年度，公司经营性现金净流量3,778.66万元，实现净利润4,137.31万元，两者基本持平。主要因为公司当年业务规模下，经营性应收项目与经营性应付项目增长幅度基本一致，使年度经营活动产生的现金流量净额与实现的当期利润比较匹配。

2008年度，公司经营性现金净流量6,551.75万元，实现净利润4,441.08万元，经营性现金净流量超过净利润2,110.67万元。主要因为公司加大了业务收款的管理和考核，增加了预收款金额，提高了应收账款的回款速度，使销售商品、提供劳务收到的现金超过营业收入约2,000万元，经营性应收项目与经营性应付项目规模处于理想状态，该年度经营活动产生的现金流量净额与实现的当期利润的匹配很好。

2009年1-6月份，公司经营性现金净流量485.34万元，实现净利润2,249.67万元，两者相差1,764.33万元。主要因为公司第一季度是业务淡季，上半年收入规模较小，2008年已预收了部分业务款项，部分业务尚处在结算期内，应收账款规模加大，可以确认收入和形成经营现金流入的金额较小，同时，额外支付2008年末计提的职工薪酬和应交税费等费用，发生了一定量的现金流流出。因此，体现为该期间的经营活动产生的现金流量净额与实现的当期利润不匹配，该期间情况与年度情况不具有可比性。

（二）投资活动产生的现金流量净额分析

报告期内，公司的投资活动产生的现金流量净额除了2008年有较大变化外，其他期间变化较小，主要是购入办公软件和商务用车等支出现金；2008年变化很大，主要因为该年度公司购置办公用房和并购博思瀚扬共计流出现金约8,330万元。

（三）筹资活动产生的现金流量净额分析

报告期内，公司的筹资活动产生的现金流量净额除了2008年为净流入外，其他期间均为净流出，主要是分配股利支出现金；2008年为净流入，主要因为该年度公司增资扩

股新增现金流入5,310万元, 短期贷款现金净流入3,000万元, 扣除分配股利支出现金约678万元, 使本年度筹资活动产生的现金流量净额约7,632.45万元。2009年1-6月, 由于支付股利金额约为2,599万元, 扣除增资390万元后, 体现为净流出金额约为2,209万元。

(四) 现金及现金等价物净增加额及其余额分析

最近三年, 公司收入规模持续扩大, 盈利能力和盈利质量也不断提升, 使近三年现金及现金等价物净增加额增长较快, 现金及现金等价物余额(即货币资金余额)较高。

公司管理层认为: 公司持有有一定比例的现金及现金等价物(即货币资金), 可以保证公司资产的流动性, 提高公司资产质量, 同时也出于公司的如下需求:

1、开展品牌管理服务业务的需要

首先, 公司在为客户提供品牌管理服务过程中, 大部分业务需要自行垫付资金完成相关服务活动, 然后再根据合同约定与客户进行结算, 因此, 当公司同时开展多项服务业务时, 需要一定量的资金进行周转使用, 而且需求量随着业务规模的扩大而增加;

其次, 客户在选择为自己提供品牌管理、公共关系等方面的服务供应商时, 公司的财务状况和资金实力也是客户考核公司提供服务的实力和保障的因素之一, 因此, 充足的货币资金也是公司体现实力、争取优质客户、保障服务质量的基础之一。

2、抵御市场竞争风险的需要

近年来, 随着国内宏观经济的增长, 市场竞争日益激烈, 国内经济实体(包括外商投资企业)的品牌管理的需求不断扩大, 品牌管理行业内的竞争与整合日益深化, 外资企业凭借资金等方面的实力不断收购内资企业, 以此扩大国内市场份额。作为一家成长型的中小企业, 在企业发展过程中, 始终面临来自市场竞争与被并购的压力, 特别是外资企业的竞争与并购。公司除了提升服务质量, 不断扩大客户群, 不断加强内部管理和资源整合、增强团队整体执行力等核心竞争力以外, 必须不断创造利润、持有足够的货币资金, 以防止来自外部的并购压力, 抵御市场竞争风险。

3、应对市场变化的需要

随着全球经济的一体化, 世界范围内的经济联动性不断增强, 作为为国际、国内知名企业服务的品牌管理公司, 面临着随时应对经济环境变化、客户经济状况变化、客户需求变化等因素给公司经营带来的影响, 一方面, 可能会带来大量的新客户、新需求等有利的影响; 另一方面, 也可能带来公司业务回款期延长等不利影响, 因此, 持有足够

的货币资金，可以防止公司因资金的短缺而难以运营、失去机会的风险。

4、实施并购战略的需要

品牌管理服务行业内的成熟经验显示，收购兼并是推动品牌管理企业不断发展壮大的重要力量。特别是国外企业，一般都是通过不断地并购行业内有特色的专业公司而发展壮大起来的。目前，随着公司业务扩张步伐加快，也需要通过收购兼并方式拓展市场，增强自主品牌的影响力和公司与国外公司竞争的实力。根据公司业务发展目标，未来两到三年，公司将积极寻找目标企业，实施对外并购战略，因此，也需要公司加大货币资金储备。

十六、重大资本性支出分析

（一）报告期内重大资本性支出

报告期内，公司重大资本性支出有：

- 1、购置办公用房：2008年购置办公用房结转固定资产62,226,123.86元；
- 2、并购博思瀚扬公司（即收购“欣风翼”品牌）：详见本章节三、合并财务报表范围及变化情况之（三）企业合并情况之2、非同一控制下企业合并。”

除此以外，未发生其他重大资本性支出。

（二）未来可预见的重要的资本性支出计划

截至本招股说明书签署日，公司未来可预见的重大资本性支出计划如下：

- 1、继续增持博思瀚扬股份，具体约定详见本招股说明书“第十三章 其他重要事项之一、发行人重要合同情况之（二）收购欣风翼品牌的合同”。
- 2、本次发行募集资金投资项目，具体计划详见本招股说明书“第十一章募集资金运用”的有关内容。

除上述计划外，公司无可预见的重大资本性支出计划。

十七、公司财务状况和盈利状况未来发展趋势分析

（一）公司财务状况及趋势分析

报告期内，公司财务状况良好稳定，资产质量较好，运营效率较高，不存在高风险资产、难以偿还的债务。公司管理层认为，以现有的资产、业务规模和运营能力，在可预见的将来，财务状况仍将保持良好的趋势。

（二）公司盈利状况及未来发展趋势分析

1、公司目前的盈利状况

公司所处行业为现代服务行业，主要业务是为客户提供品牌管理服务，通过投入人力资本、智力资本和部分周转资金，为客户提供品牌管理服务，提升客户品牌价值，从而取得相应的回报。公司提供品牌管理服务所需投入的固定营运资产少，运营风险相对较小，盈利能力较高。同时，公司的客户多为国际、国内知名企业，信誉度高和资金实力强，业务收入质量高，因此，公司目前整体盈利状况较好。

2、公司盈利状况未来发展趋势

由于公司所处行业属于我国宏观政策长期支持的现代服务行业，其发展与宏观经济发展和环境密切相关。伴随宏观经济发展和经济环境的改善，实体经济的发展空间不断提升，公众的经济实力不断增强，进而为本行业发展也创造了广阔的空间，因此，公司所处公共关系管理行业以及公司主营的品牌管理服务行业的发展前景均十分广阔，非常有利于公司未来的发展和盈利能力的进一步提高。

在本次募集资金投资项目能够顺利完成的情况下，公司一方面将通过扩大现有网络覆盖范围，提高服务质量，增加业务收入，巩固市场优势地位；另一方面，通过自购部分活动设备、建立更加科学合理的内部信息系统管理平台，降低业务成本、提高工作效率，从而能够进一步提升公司盈利能力。

因此，综上所述，在宏观经济政策有利于公司发展和公司拥有具有影响力的自主品牌的基础上，若本次募集资金投资项目能够顺利完成，公司未来盈利状况将保持良好的发展趋势。

十八、公司股利分配情况

（一）股利分配政策

1、公司在有限公司阶段，章程规定：公司利润分配按照《公司法》及有关法律、法规，国务院财政主管部门的规定执行。

2、公司整体变更为股份公司后，章程规定：

（1）公司分配当年税后利润时，应当提取利润的百分之十列入公司法定公积金。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定法定公积金前，应当先用当年利润弥补亏损。

(2) 公司缴纳所得税后的利润，按下列顺序分配：

- ①补以前年度的亏损；
- ②提取法定公积金百分之十；
- ③提取任意公积金；
- ④支付股东股利。

公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上的，可以不再提取。提取法定公积金后是否提取任意公积金由股东大会决定。公司不得在弥补公司亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不得分配利润。

(3) 公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是资本公积金不用于弥补公司的亏损。

股东大会决议将公积金转为股本时，按股东原有股价比例派送新股。但法定公积金转股本时，所留存的该项公积金不得少于转增前公司注册资本的百分之二十五。

(4) 公司股东大会对利润分配方案作出决议后，董事会须在股东大会召开后2个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（二）实际股利分配情况

2007年11月1日，公司股东会决议通过2006年度股东分红540万元。

2008年5月5日，公司2007年年度股东大会决议通过《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司2007年度利润分配方案》，决议2007年年度不进行利润分配。

2008年8月11日，公司2008年第六次临时股东大会决议通过《公司2008年1—6月利润分配方案》，同意公司以2008年6月30日总股本5,300万股为基数，每股分红0.30元（含税），共计分配1,590万元。

2009年3月30日，公司2008年年度股东大会决议通过《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司2008年度利润分配方案》，同意公司以2008年12月31日总股本5,870万股为基数，每股分红0.25元（含税），共计分配1,467.5万元。

（三）公司发行后的股利分配政策

公司上市后执行的章程（草案）规定：

1、公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

如存在股东违规占用公司资金情况，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还该股东占用的资金。

2、公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的25%。

3、公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后2个月内完成股利（或股份）的派发事项。

4、公司的利润分配注重对股东合理的投资回报，利润分配政策保持连续性和稳定性。公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配股利，可以进行中期利润分配。

在公司当年实现盈利符合利润分配条件时，公司董事会应根据公司的具体经营情况和市场环境，制定利润分配预案报股东大会批准。原则上公司每年分配的利润不低于当年可分配利润的20%，其中现金分红所占比例不低于当年分配的利润的30%，并且任何三个连续会计年度内以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的30%。

当公司年末资产负债率超过70%或者当年经营活动所产生的现金流量净额为负数时，公司可以不进行现金分红。但公司最近三年以现金方式累计分配的利润不得少于最近三年实现的年均可分配利润的30%。

公司董事会未做出现金利润分配预案时，应当在定期报告中披露原因，独立董事应

当对此发表独立意见。

存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

（四）本次发行前的滚存利润的分配政策

根据2009年3月30日公司2008年年度股东大会决议及2009年9月16日第一届第十三次董事会决议通过：以2008年12月31日为基准日，将基准日经审计的未分配利润27,285,351.38元扣除经2008年年度股东大会审议通过的股东利润分配数额14,675,000元后，基准日剩余可供股东分配利润12,610,351.38元与基准日后实现的可供股东分配利润，一并由股票发行以后的新老股东共享。

截至2009年5月31日，上述年度利润分配已派发完毕。

第十一章 募集资金运用

一、募集资金运用概况

(一) 募集资金投资计划

公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股 2,000 万股,占发行后总股本的 25%,实际募集资金扣除发行费用后的净额约为 62,077 万元,全部用于公司主营业务相关的项目及主营业务发展所需要的营运资金。

公司募集资金存放于公司董事会决定的专户集中管理,做到专款专用。开户银行为:

序号	开户银行	银行帐号
1	浦发银行北京电子城支行	91200154800015906
2	民生银行北京广安门支行	0117014170017430

2009 年 1 月 24 日,公司 2009 年第一次临时股东大会通过《募集资金管理办法》,规范公司募集资金的存放、使用及监督。

2009 年 3 月 30 日,本次募集资金投资项目经公司 2008 年年度股东大会审议通过,由董事会负责实施。本次发行后,募集资金将按照轻重缓急顺序投入以下项目:

项目名称	募集资金投入			建设期	达产期	核准或备案情况	环保部门备案文件
	项目总投资(万元)	新增建设投资(万元)	铺底流动资金(万元)				
公共关系服务全国业务网络扩建项目	8,832	6,700	2,132	3 年	3 年	京朝阳发改(备)【2009】27 号	北京市朝阳区环境保护局于 2009 年 7 月 22 日出具了《朝阳区环境保护局行政许可不予受理通知书》(编号:2009-001),因项目未列入《建设项目环境影响评价分类管理名录》,不要求办理环保审批手续。
业务系统信息化管理平台项目	3,150	2,686	464	3 年	3 年	京朝阳发改(备)【2009】26 号	
活动管理业务拓展项目	4,000	3,300	700	1 年	1 年	京朝阳发改(备)【2009】28 号	
其它与主营业务相关的营运资金项目 约 46,095 万元							

公司将严格按照有关管理制度使用募集资金。若本次发行实际募集资金低于投资金额,公司将通过间接融资或自有资金方式予以补缺。

(二) 募集资金项目的必要性

1、区域经济的崛起为公共关系提供了新的市场空间

区域经济的发展,导致公共关系市场向周边扩大,因此建立区域网点是扩大公司业务的途径之一,也是公司实现“区域扩张、行业拓展、服务延伸”中区域扩张战略的重

要手段。

随着区域市场的快速发展，区域经济成为经济发展一大亮点，特别是区域经济的辐射作用，使得市场需求从大城市向周边区域扩展，形成了一个由点到面的发展趋势。

一方面，知名品牌需要争夺区域市场。随着我国内需在大城市的饱和，我国消费能力开始从城市向农村、从大城市向中小城市转移，中小城市及农村市场越来越受到消费品企业的青睐。以“家电下乡”为例，随着国家各项扶农富农工程的推出，中小城市及农村市场成为未来消费品企业市场发展的重点；而消费品企业是目前公共关系公司的主要客户，因此势必带动公共关系服务向区域城市延伸。

另一方面，区域品牌需要打入全国市场。区域经济市场内一些知名地方品牌企业，虽然在当地形成了较好的口碑，但由于在全国市场内缺乏有效的品牌管理，在全国市场内其品牌知名度、美誉度并未获得有效的传播。由于具有良好知名度和美誉度品牌已经成为企业发展的重要标志，因此将区域知名品牌全国推广成为公共关系市场新的发展空间。

公司“区域扩张”战略将公共关系服务从原来的单点市场拓展到多点面市场，需要在多区域设立业务支撑网点以满足并拓展区域市场的需求。

2、客户市场的开拓带动公共关系服务行业拓展

客户所在行业的多样化，导致公共关系需求加速发展，因此行业拓展可以进一步增加公司业务，扩大业务规模，也是公司实现“区域扩张、行业拓展、服务延伸”中行业拓展战略的重要手段。

90年代，公共关系的客户大多分布在高科技、IT等行业，客户所处行业较为单一，公共关系市场较为狭小。随着公司业务不断扩大，公司客户不断增加，客户所在行业已经从原先单一的IT行业向多行业多领域发展，包括快速消费品、汽车、高档奢侈品、房地产、通信、金融等行业。

客户的拓展一方面对公司专业知识的需求和业务资源的整合都提出了更高的要求，必须保证资源的综合利用和高度共享，因此需要现代化的信息手段和集成化的管理平台，另一方面也需要多区域的业务网点给予稳定的支撑。

3、公共关系需求的细化促使公共关系服务更加广泛

公司从成立之日起，便致力于完善执行服务，细化服务环节，随着现代技术的不断进步，公共关系服务领域也不断扩展，因此细化服务环节，延伸服务能够更好地服务于客户，为实现公司“区域扩张、行业拓展、服务延伸”的服务延伸战略打下坚实的基础，是公司未来综合竞争力的表现。

公司在保持原有业务的基础上，根据市场营销传播服务的特点，以现有传播服务为

基础，逐步将业务向上下游延伸，建立能够为客户提供全方位服务的市场营销服务体系：从媒体传播和现场活动的直接效果开始，到影响目标受众的认知、观点和态度的反馈，到最终促进企业品牌形象的提升和销售的增加，一系列的服务延伸对市场信息的捕捉以及业务资源的整合都提出了更高的要求，必须加强资源的深层挖掘和有效整合。

4、设备购置可以节约成本，增加收益

公司品牌管理服务中，活动管理业务依赖于策划方案和活动设备，而活动设备的档次直接决定了所承办活动的规格和活动展现的效果。由于活动管理所需设备的专业化和精细化，大型活动设备的体积庞大，调试复杂，运输成本较高，另外活动管理设备专用性较强，也导致大型活动设备的市场租赁价格较高。因此，市场上活动管理设备的租赁费用一般较高。

由于目前公司缺乏大型活动设备，需要向设备租赁方支付昂贵的租赁费用，活动设备租赁费用占活动管理成本的比重较大。随着活动管理业务的迅速增长，公司的设备租赁费用也会越来越大。因此，购买大型活动设备，有利于公司减少活动业务费用，实现替代效应。另外，公司通过购置活动设备，可以在满足自身活动管理业务的同时，适当为外界提供设备租赁服务，提高设备的利用率，提高公司的盈利能力。

近三年活动设备租赁费用一览表

年份	设备租赁费用(万元)	活动总支出(万元)	占活动总成本比例
2008年	1,368	2,866	47.73%
2007年	764	1,200	63.67%
2006年	310	710	43.66%

5、充足的营运资金实力可以夯实业务发展基础，提升市场竞争实力

(1) 充足的营运资金是公司业务开展的需要

首先，公司在为客户提供品牌管理服务过程中，大部分业务需要自行垫付资金完成相关服务活动，然后再根据合同约定与客户进行结算，因此，当公司同时开展多项服务业务时，需要一定量的资金进行周转使用，而且需求量随着业务规模的扩大而增加。其次，客户在选择为自己提供品牌管理、公共关系等方面的服务供应商时，公司的财务状况和资金实力也是客户考核公司提供服务的实力和保障的因素之一。因此，充足的货币资金也是公司体现实力、争取优质客户、保障服务质量的基础之一。

(2) 充足的营运资金是公司抵御市场竞争风险的需要

近年来，随着国内宏观经济的增长，市场竞争日益激烈，行业内的竞争与整合日益深化，外资企业凭借资金等方面的实力不断收购内资企业，以此扩大国内市场份额。公

司作为一家成长型的中小企业，在企业发展过程中，始终面临来自市场竞争与被并购的压力，特别是外资企业的竞争与并购。公司除了提升服务质量、扩大客户群、加强内部管理和资源整合、增强团队整体执行力等核心竞争力以外，必须拥有充足的营运资金，抵御市场竞争风险。

（3）充足的营运资金是应对市场变化的需要

随着全球经济的一体化，世界范围内的经济联动性不断增强，公司随时面临着应对经济环境变化、客户经济状况变化、客户需求变化等因素给公司经营带来的影响，一方面，可能会带来大量的新客户、新需求等有利的影响；另一方面，也可能带来公司业务回款期延长等不利影响，因此，公司拥有充足的营运资金即可以避免因资金短缺而失去发展的机会，可以防范因资金的短缺而经营困难的风险。

（三）募集资金项目与现有业务及发展战略之间的关系

为实现专业的传播集团这一战略目标，公司提出了“区域扩张、行业拓展、服务延伸”的三大发展战略。“公共关系服务全国业务网络扩建项目”是公司“区域扩张”战略的重要基础，“活动管理业务拓展项目”是公司“服务延伸”战略的主要手段，“业务系统信息化管理平台项目”是支持“区域扩张”和“服务延伸”战略的技术基础，三个募集资金投资项目的投入将促进公司“区域扩张、行业拓展、服务延伸”战略的实施，为公司实现战略目标奠定坚实的基础。

1、现有的业务支持网络为建设全国性的业务拓展网络奠定了基础

公司很早就开始在全国进行地域布局，并取得了很好的成效。从 1998 年起，公司先后建立了蓝色光标广州、上海全资子公司，致力于拓展区域业务；全资子公司智扬公关品牌也在深圳建立了分支机构；2005 年，公司总部设立“分区管理中心”，专门负责区域业务支持网络的建设；截至 2009 年 6 月底，公司在全国建立了 24 个办事处，负责管理公司在各地的媒体资源，为客户在各地的品牌推广活动提供支持，一方面扩大了公司业务开展的地域范围，另一方面也为公司未来的区域拓展奠定了框架基础。

目前由于资源和人员所限，该网络的作用仍受到一定的局限。分区办事处普遍存在人员少，设备少，办公面积小，营运资源缺乏的问题，业务拓展能力较弱。因此，针对未来区域市场的发展潜力，公司决定在目前区域业务支持网络的基础上，进一步加大资源的投入，根据各地市场的实际需求逐步将网络升级，将各个分区办事处扩展成为不同层次的业务拓展网点，形成“四三七八十”（即 4 个层级、3 个业务核心、7 个业务骨干点、8 个业务支持中心、10 个市场拓展网络）全国性业务拓展网络，扩大公共关系服务

的地域辐射能力，最终建立起全国性的业务网络，为客户提供更好的服务。因此，建立全国营销网络、开拓区域市场已经成为公司提升竞争力和市场份额的一项长期战略。

2、业务系统信息化管理平台的建设是全国网络系统建设的重要基础设施

业务系统信息化管理平台是支持区域扩张发展战略的技术基础。全国业务网络扩建项目投入并建设完成，将形成公司业务发展的全国网络框架。区域扩张战略的实施迫切需要强化内部信息系统，做到全国数据采集，内部信息共享、资源统一调度、服务快速响应。

业务系统信息化管理平台是支持公司行业拓展战略的信息手段。作为国内行业龙头的公共关系服务公司，公司客户不断增加，已经从原先的 IT 行业向多行业多领域发展，包括快速消费品、汽车、高档奢侈品、房地产、通信、金融、政府及非赢利组织等。客户的拓展对公司专业知识的需求和业务资源的整合都提出了更高的要求，必须保证资源的综合利用和高度共享，因此需要现代化的信息手段和集成化的管理平台。

业务系统信息化管理平台是支持公司管理深化战略的有力工具。区域的扩张和拓展服务的延伸都要增加员工数量和提高业务能力，而公共关系行业属于一种轻资产重人力的智力行业，要形成一个配合默契、合力突出、行动敏捷、业务熟练的团队需要的是科学管理；保证科学管理就必须做好科学系统的管理平台的建设。

3、活动管理业务拓展项目是公司实现“服务延伸”战略的重要手段

活动管理业务拓展是实现公司“服务延伸”的业务发展战略的需要。活动管理是以鲜明主题为中心，以现场活动为形式，以新闻价值为核心，以品牌传播和销售促进为最终目标，通过各种技术性策划引起公众注意的服务方式，活动管理服务是品牌整合营销服务链条的重要环节。在品牌整合营销服务链条中，公共关系服务和活动管理构成了紧密的上下游关系，许多公共关系服务中的策划和传播，需要通过活动管理的手段来实现。

公司提出的“区域扩张、行业拓展、服务延伸”发展战略，其中“服务延伸”的主要内容就是以现有品牌管理为基础，根据市场的需求，向咨询服务和活动管理服务延伸，最终形成一条完整的品牌整合营销服务链条，为客户提供全过程和全方位的品牌管理服务，确立公司在市场竞争中的优势地位。2006年，公司设立活动管理事业部负责活动业务的拓展，成立几年来公司活动管理业务增长迅速，成为推动公司业务增长的主要动力之一。因此，加大活动管理业务的投入，购置大型活动业务设备，可以提高公司的综合竞争力，是公司实现业务快速增长的必要措施。

另外，国际活动对活动管理业务的影响巨大。2010年世博会将在上海举办。作为国

际重大活动，世博会将举办上万场发布会、推介会等活动，对活动管理的需求非常巨大，目前公司成为世博会主办者——上海世博局首批认证的世博会活动服务提供商之一，为了更好的抓住机遇，满足世博会的需要，加大活动管理的设备投入成为公司的必然选择。

二、募集资金投资项目分析

（一）公共关系服务全国业务网络扩建项目

1、投资审批情况

2009年5月5日，北京市朝阳区发展和改革委员会京朝阳发改（备）【2009】27号文同意“公共关系服务全国业务网络扩建项目”备案。

2、投资概算

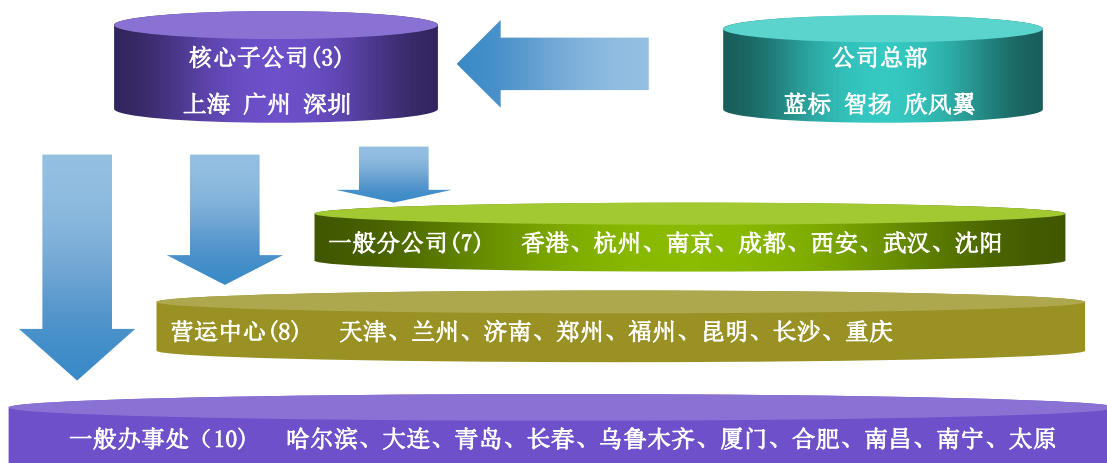
公共关系服务全国业务网络扩建项目总投资为8,832万元，其中建设资金6,700万元，流动资金2,132万元，项目投资结构见下表：

项目总投资构成表

指标名称	金额（万元）	比重（%）
项目建设资金	6,700	75.86
其中：固定资产投资	5,938	67.23
项目流动资金	2,132	24.14
合计	8,832	100

3、项目建设内容

业务网络扩建方案的总体思路为形成“四三七八十”的全国性业务拓展网络，即4个层级、3个业务核心子公司、7个业务骨干点、8个营运中心、10个一般办事处，如下图所示：



业务网络建设在管理架构上以北京为总部，以“蓝色光标”、“智扬公关”、“欣风翼”

三大品牌为旗帜；按照地区分为4个层次，上海、广州、深圳等业务重点地区以子公司形式独立经营，其他分支机构统一由总部设立的“分区管理中心”直接管理。具体划分成以下四种形式：

(1) **子公司**：为独立法人，在其所在地域内独立开展业务，同时为公司其他部门在区域内的业务活动提供业务支持；

(2) **分公司**：为非独立法人，在其所在地域内开展业务，同时为公司其他部门在区域内的业务活动提供业务支持，公司人员规模在10人左右；

(3) **营运中心**：为非法人派出机构，在其所在地域内搜集市场信息，联络拓展客户市场，为公司在当地客户提供服务，主要发挥业务拓展和业务支持功能，机构人员规模在5人左右；

(4) **办事处**：为非法人派出网点，主要是业务支持功能，即在其所在地域内联络当地媒体，为公司在区域内的业务活动提供支持，人员规模在3人左右。

建设方案具体的投资规模如下：

业务网络建设内容明细表

层级	网点名称	面积 (平米)	费用 (万元/月)	装修费用 (万元)	新增人员 (人)	新增薪酬 (万元/人)	办公设备 (万元)	功能定位
第一层级	上海子公司	购 1500	3000	150	40	20	100	业务核心发展区域
	广州子公司	租 1500	18		20	15	80	
	深圳子公司	租 500	6	50	15	20	50	
第二层级	香港分公司	租 150	7.5	30	10	35	50	业务骨干地区
	杭州分公司	租 150	1.5	12	10	15	20	
	南京分公司	租 150	1.5	12	10	15	20	
	成都分公司	租 150	1.5	12	10	15	20	
	西安分公司	租 150	1.5	12	10	15	20	
	武汉分公司	租 150	1.5	12	10	15	20	
	沈阳分公司	租 150	1.5	12	10	15	20	
第三层级	天津运营中心	租 100	1	8	5	12	10	业务支持中心地区
	兰州运营中心	租 100	1	8	5	12	10	
	济南运营中心	租 100	1	8	5	12	10	
	郑州运营中心	租 100	1	8	5	12	10	
	福州运营中心	租 100	1	8	5	12	10	
	昆明运营中心	租 100	1	8	5	12	10	
	长沙运营中心	租 100	1	8	5	12	10	
	重庆运营中心	租 100	1	8	5	12	10	

第四层级	哈尔滨办事处	租 60	0.8	4.8	3	10	6	市场拓展网络
	大连办事处	租 60	0.8	4.8	3	10	6	
	青岛办事处	租 60	0.8	4.8	3	10	6	
	长春办事处	租 60	0.8	4.8	3	10	6	
	乌鲁木齐办事处	租 60	0.8	4.8	3	10	6	
	厦门办事处	租 60	0.8	4.8	3	10	6	
	合肥办事处	租 60	0.8	4.8	3	10	6	
	南昌办事处	租 60	0.8	4.8	3	10	6	
	南宁办事处	租 60	0.8	4.8	3	10	6	
	太原办事处	租 60	0.8	4.8	3	10	6	

(1) 投资 4,059 万元用于三个业务核心公司的增资扩建

上海、广州、深圳是我国的经济核心城市，也是国内主要的公共关系服务市场。三地所在的长三角和珠三角地区是我国经济发展最快的地区，因此对公共关系服务需求巨大。

公司在上述三个地区开展业务时间较长，已经建立了比较牢固的业务基础，取得了良好的业绩。针对上述地区巨大的市场需求，公司计划将其作为公司未来业务的重点开拓区域，因此计划在原有的基础上，加大上述地区的资源投入，扩大办公场所，增聘人员，添置办公设备，使之成为公司业务网络中主要的业务核心。另外，作为上海世博局首批认证的世博会活动服务提供商，公司也需要为世博会做好前期投入。

(2) 投资 605 万元用于新设香港等七个子(分)公司

新设香港子公司，是贯彻公司国际化战略的重要一步，也是适应客户国际化的需求。通过在香港设立分支机构，可以打开海外业务窗口，吸引海外公共关系专业人才，为未来公司的海外扩张奠定基础。而成都、杭州、南京、西安、武汉、沈阳等城市均为所在区域的中心城市，具有强大的经济辐射力。在上述城市原有分区办事处基础上，升级为分公司，扩大业务资源投入，使其成为公司在西南、华东、中南、西北、东北等区域的业务核心。

(3) 投资 448 万元用于新建和扩建八个营运中心

目前公司在天津、兰州、济南、郑州、福州、昆明、长沙、重庆地区的人员规模在 2 人左右，缺乏开展业务所需办公场所及办公设备，仅具备业务支持功能。本次募集资金对上述营运中心进行增资扩建，扩大人员编制及办公场所面积，增置办公设备及信息管理平台网络设施，在提升业务保障支持功能的同时，使其具备较强的业务拓展能力，成为公司在上述地区进行业务扩展的重要支点。

(4) 投资 464 万元用于新设和扩建十个办事处

目前公司在乌鲁木齐、厦门、南昌、南宁、合肥、太原六个分区设有办事处，本次募集资金除扩建上述六个办事处之外，同时新建哈尔滨、大连、青岛、长春四个办事处。投资主要用于租赁营业场所装修，购置信息管理平台网络设备及办公设备，提升信息化水平及业务支持保障能力。

以上用于业务网络建设的固定资产投资合计为 5,576 万元。另外，为配合网络系统的搭建，公司预算支出投入公司培训中心设施的建设，其建设内容如下：

人力资源培训中心场地规划表

序号	项目名称	使用面积(平米)	数量	总面积(平米)	所占比重(%)
1	多功能多媒体报告厅	150	1	150	10
2	多功能教室	60	3	180	12
3	资料及微机室	100	1	100	6
4	学员宿舍	5.61 平米/人	70	400	26
5	办公室	25	4	100	6
6	活动室	150	1	150	10
7	公用部分	420	1	420	28
8	合计			1500	100

场地装修主要内容明细表

序号	项目名称	总面积(平米)	装修单价(万元/平米)	总金额(万元)	所占比重(%)
1	多功能多媒体报告厅	150	0.15	22.5	16
2	多功能教室	180	0.1	18	12
3	资料及微机室	100	0.10	10	7
4	学员宿舍	400	0.07	28	19
5	办公室	100	0.1	10	7
6	活动室	150	0.15	22.5	16
7	公用部分	420	0.07	29.4	28
8	合计	1500		140.4	100

4、实施计划

公司自 1998 年起，就开始在北京以外的地区进行业务地域布局，先后建立了广州、上海分公司，致力于拓展区域业务；全资子公司智扬也在深圳建立了业务功能齐全的办事处。经过多年的建设，取得了良好的效果。截止 2009 年 11 月底，广州蓝标共有员工 80 人，其中总监级以上的管理人员 12 人，客户经理以上的项目负责人 19 人；上海蓝标共有员工 38 人，其中总监级以上的管理人员 3 人，客户经理以上的骨干业务人员 11 人；

而上述公司扩建后的人员规模分别为 100 人、100 人，现有的人才储备完全可以满足上述核心分公司扩建的人才需求。

从 2005 年起，为快速响应客户的区域业务需求，公司设立了“分区管理中心”，负责区域业务支持网络的建设，到 2005 年底，公司在区域中心城市武汉、西安等建立了 23 个分区办事处，负责管理公司在各地的媒体资源，为公司客户在各地的品牌推广活动提供业务支持。全国性业务支持网络的建立，使公司成为中国公共关系行业唯一一家拥有全国性网络的企业，为公司客户进行全国性的推广活动提供了有力的支持，获得客户的高度认可。同时，该网络的建设，也为公司争取各细分行业的领军客户提供了巨大的竞争优势。目前每个分区办事处根据所处区域的不同及职能的不同，分别有不同的人员规模。分区管理中心目前共有员工 40 人，分别派驻 23 个分区办事处，计划未来各地分公司、营运中心和办事处的人员总规模扩充到 140 人，以现有员工工作骨干，通过当地招聘和总部派人等多种方式，现有的人才储备可以满足未来扩建的需要。

因此，在目前区域业务支持网络的基础上，进一步加大资源的投入，根据各地市场的实际需求状况，逐步将网络升级，将各个分区办事处扩展成为不同层次的业务拓展网点，完成扩建计划，最终形成多层次的全国业务拓展网络，即一个总部、三个区域核心子公司、七个次区域核心分公司、八个营运中心、十个办事处的五级全国业务拓展网络，实现公司“区域扩张”的战略目标。

项目建设期为 3 年，按照公司总体思路在建设期 3 年内分别完成的投资比重为 40%、50%、10%。

项目分年投资实施进度表

项目	进度	第一年		第二年		第三年	
		上半年	下半年	上半年	下半年	上半年	下半年
市场调研方案论证		■					
选址房屋装修			■				
信息平台建设		■	■	■	■	■	■
人员招聘			■	■	■	■	
人员培训			■	■	■	■	
宣传活动			■	■	■	■	
开展业务				■	■	■	■

具体建设进度安排如下：

- (1) 2010 年增资扩建广州、上海和深圳三家业务核心公司及新设香港子公司（香

港子公司已经于 2009 年 3 月 13 日先期注册，但资本金未到位)；

(2) 2011 年投资新设成都、杭州、西安、南京、武汉等五个分公司，新建及扩建天津、长沙、福州、重庆、郑州、昆明等六个营运中心；扩建太原、乌鲁木齐、厦门、南昌、南宁、合肥等六个办事处；

(3) 2012 年投资新设沈阳分公司，新建济南、兰州营运中心，新建哈尔滨、大连、青岛、长春四个办事处。

(二) 业务系统信息化管理平台项目

1、投资审批情况

2009 年 5 月 5 日，北京市朝阳区发展和改革委员会京朝阳发改（备）【2009】26 号文同意公司“业务系统信息化管理平台项目”备案。

2、投资概算

业务系统信息化管理平台项目总投资 3,150 万元，其中，固定资产投资 230 万元，无形资产投资 2,456 万元，其他投资 464 万元。项目投资全部用于总公司及全国业务网络的集成化管理平台建设，与本项目相关联的另有 860 万元投资分别用于各子公司、营运中心、办事处服务器级机房改造和硬件维护，此部分投资已在业务网络建设项目投资估算中，故不在本项目中计算。其项目投资详细支出如下表：

机构 项目		总公司	子公司	分公司	营运中心	一般办事处	合计
		1	3	7	8	10	
一、服务器级机房改造		110	24	12	9	8	418
1	主服务器	60	10	8	5	4	226
2	机房改造	40	10	2	2	2	120
3	硬件维护费	10	4	2	2	2	72
二、网络硬件		120	100	14	8	7	652
1	网络交换机和路由器	30	30	2	2	1	160
2	网络防火墙	20	20	2	1	1	112
3	VPN 网关等	10	10	3	0	0	61
4	打印设备等	5	5	2	2	2	70
5	硬件维护费	5	5	2	1	1	52
6	网络运行费	50	30	3	2	2	197
三、系统软件		250	100	35	17	6	991
1	操作系统	50	20	10	5	2	240
2	桌面办公软件	50	20	10	5	2	240
3	数据库系统	80	30	5	0	0	205
4	邮件系统	20	10	0	0	0	50
5	防病毒软件	20	10	2	2	2	100
6	桌面专业软件	30	10	8	5	0	156

四、应用软件		90	35	5	0	0	230
1	财务软件	30	10	5	0	0	95
2	workflow 软件	50	20	0	0	0	110
3	软件维护费	10	5	0	0	0	25
五、项目开发		500	115	30	10	10	1235
1	咨询顾问费	100	25	0	0	0	175
1.1	业务分析	50	10	0	0	0	80
1.2	需求定义	30	5	0	0	0	45
1.3	项目监理	20	5	0	0	0	35
2	软件开发	300	50	20	5	5	680
2.1	软件设计	250	30	10	0	0	410
2.2	现场实施	50	20	10	5	5	270
3	老系统迁移	50	10	0	0	0	80
4	软件维护费	50	30	10	5	5	300
六、内部 IT 团队建设		90	30	15	10	10	465
1	内部培训	50	10	5	5	5	205
2	系统维护	40	20	10	5	5	260
	合计	1,160	404	111	54	41	3,991

3、项目建设内容

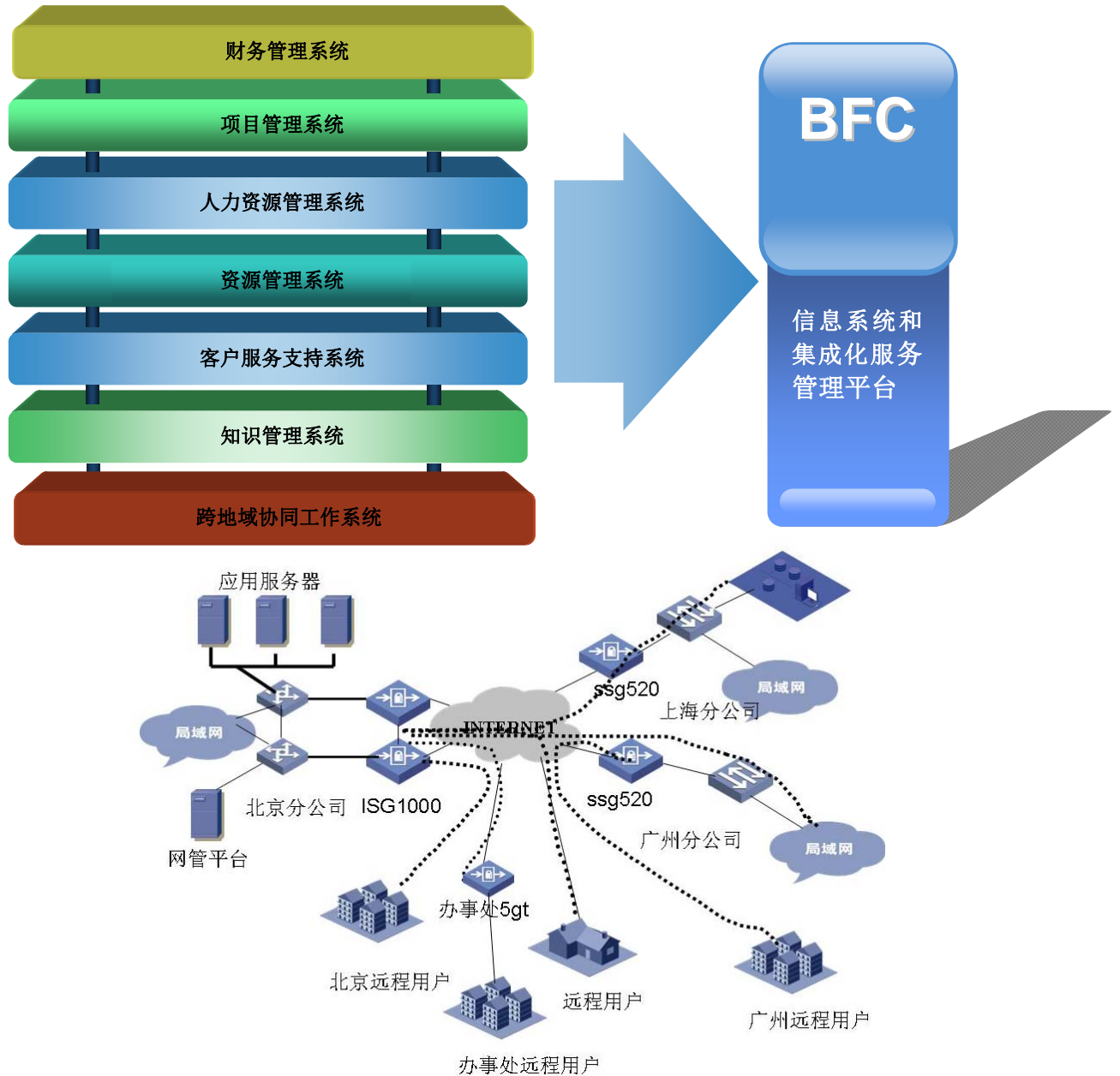
业务系统信息化管理平台项目分为四个方向进行建设。

第一，完善现有的信息系统并形成各系统的对接关系。主要内容是：（1）现有的项目预算管理系统与合同管理系统的对接；（2）现有的预算管理系统与人力资源管理系统的对接；（3）强化现有的供应商管理系统；（4）项目费用支出精细化管理，费用管理主要包括媒介、采购、财务三个方面；（5）建立工作成果管理系统，主要管理文档、案例、客户报告、剪报等方面；（6）媒介资源管理系统和工作成果管理系统的对接。

第二，建设以信息分享为基础的业务信息分享系统。主要内容是：（1）完善面向内部员工的业务信息分享系统；（2）完善面向内部员工的专业知识分享系统；（3）完善面向业务的企业资源系统；（4）完善客户管理系统；（5）建立公司外部资源管理系统；（6）建立公司内部人力资源评价、管理及调度系统；（7）完善公司内外网信息沟通平台。

第三，建立以跨岗位、跨部门的工作流管理系统。主要内容是：（1）建立面向员工的自助系统；（2）为各级管理者建立管理平台（管理驾驶舱）；（3）建立面向业务流程的信息处理系统。

第四，建设以跨地区跨公司的协同业务管理平台。主要内容是：（1）业务数据的集中管理；（2）建设跨地域的数据交换平台；（3）协助人力资源、信息资源、客户资源的调配。



4、实施计划

本项目分为硬件改造、软件采购、系统开发三个部分，各部分的资金滚动投入，配合使用。项目建设可分为三个阶段进行建设：

第一阶段：以总公司和核心子公司为基础的信息系统建设。主要内容是：（1）主机房建设和相关设备采购；（2）骨干网络建设和相关设备采购；（3）系统软件采购和布置；（4）应用软件设计和开发；（5）信息化人才队伍建设；（6）信息系统应用培训。

第二阶段：以一般子公司为基础的信息系统建设。主要内容是：（1）局域网络建设和设备采购；（2）和总公司的网络对接；（3）特殊应用系统定制开发；（4）人才队伍建设和内部培训。

第三阶段：以业务支持中心和支持拓展网络为基础的信息系统建设。主要内容是：（1）基本信息系统硬件采购；（2）和总公司的网络对接；（3）公司信息系统内部培训。

（三）活动管理业务拓展项目

1、投资审批情况

2009年5月5日，北京市朝阳区发展和改革委员会京朝阳发改（备）【2009】28号文同意公司“活动管理业务拓展项目”备案。

2、投资概算

活动管理业务拓展项目为了减少对企业建设的影响，尽快为企业带来经济收益，拟一次性投入4,000万元。项目建设投资3,300万元；其中，设备购置费2,915万元，设备安装费285万元，设备库房装修费用20万元，交通车辆购置费80万元，流动资金700万元。

3、项目建设内容

活动管理业务设备购置方案的总体思路是：根据“服务延伸”的发展战略，立足于现有的公共关系服务业务，根据市场的需求，适时向上游广告服务和下游活动管理服务延伸，最终形成一条包括广告、公共关系及活动管理服务的完整的品牌整合营销服务链条，为客户提供全过程和全方位的品牌管理服务，确立公司在市场竞争中的优势地位。

本次募集投资项目主要是购买活动策划管理时所使用的设备和工具，主要包括声音系统、照明系统、视频系统及DJ设备，设备投资约2,915万元，具体内容如下所示：

活动管理设备购置一览表

设备种类	金额（万元）
音频设备	507.29
DJ设备	5.24
照明设备	1,070.60
视频设备	1,331.71
合计	2,914.84

4、实施计划

本项目为了减少采购成本，公司拟一次性投入4,000万元。

（四）其它与主营业务相关的营运资金项目

公司拥有充足营运资金即是业务发展的基础，也是抵御市场竞争风险、应对市场变化的需要，更是市场竞争实力的体现。

对于该项目资金的管理运营安排，公司将严格按照《募集资金管理办法》，根据业务发展的需要使用该项营运资金。

公司从募集资金专用账户调用该项营运资金时，将向开户银行提供由董事会作出的最近一期调用营运资金的半年计划，且作出该计划的董事会会议召开日至向开户银行提供该计划的期限不得超过半年。

公司在进行该项营运资金使用时，资金支出必须严格按照公司资金管理制度履行资金使用审批手续。凡涉及每一笔资金的支出均须由有关部门提出资金使用计划，在董事会授权范围内，经财务部门审核后，逐级由项目负责人、财务总监及总经理签字后予以付款；凡超过董事会授权范围的，须报董事会审批。

三、募集资金运用对主要财务状况及经营成果的影响

（一）对净资产和每股净资产的影响

本次募集资金全部到位后，公司的净资产总额和每股净资产将较 2009 年 6 月 30 日的的数据有较大增长，净资产规模的扩大将大大增强公司的抗风险能力和债务融资能力。

（二）对公司业绩预期的影响

虽然本次募集资金投资的项目在短期内不会产生效益，但随着投资项目的陆续投产，公司的主营业务收入和主营业务利润将大幅增长，净资产收益率和盈利能力将大大提高。

根据湖南化工医药设计院和北京玉龙天行工程咨询有限公司为公司编制的公共关系服务全国业务网络扩建项目、业务系统信息化管理平台项目、活动管理业务拓展项目的可行性研究报告，其主要财务评价预期指标如下所示：

序号	指标名称	单位	全国网络	活动设备	管理平台
1	项目总投资	万元	8,832	4,000	3,150
2	其中:建设投资	万元	5,938	3,300	2,686
	流动资金	万元	2,894	700	464
3	销售利润率	%	18.66	26.23	—
4	财务内部收益率（所得税前）	%	56.62	75.68	—
5	投资回收期（含建设期）	年	3.83	2.37	—
6	总投资收益率	%	86.77	24.82	—

上述募集资金项目从财务预测上分析，其投资回报高，收益率高，回收期限短，因此能够提高公司业绩的预期，增加公司未来业务收入，增强公司的盈利能力。

（三）对财务成本及费用的影响

2009年6月30日、2008年底、2007年底和2006年底，公司固定资产占总资产的比重分别为26.87%、25.85%、1.02%和1.84%，公司固定资产占总资产比例较低是由公司业务特点所决定的。公司固定资产占总资产的比重2008年底显著增加，主要原因是随着公司业务规模不断扩大、人员不断扩充，2008年8月公司购置办公用房支出约6,223万元，使固定资产金额大幅增加。

2009年6月30日、2008年底、2007年底和2006年底，公司无形资产（不含商誉）占总资产的比重均在0.2%以内，比例很小。

仅以公共关系服务全国业务网络扩建项目、业务系统信息化管理平台项目、活动管理业务拓展项目测算，扣除相关期间费用，项目建成后，公司固定资产将增加9,468万元，无形资产增加2,456万元，每年新增折旧及摊销将影响公司业绩，如下表所示：

项目（万元）	房屋建筑物		服务设备		无形资产		合计	
	投资额	折旧	投资额	折旧	投资额	摊销	投资额	折旧
全国业务网络扩建项目	3704	123.47	2234	214.46	—	—	5,938	337.93
业务系统信息化管理平台	—	—	230	46	2,456	491.2	2,686	537.2
活动管理业务拓展项目	—	—	3,300	634.4	—	—	3,300	634.4
合计	3,704	123.47	5,764	894.86	2,456	491.2	11,924	1509.53

上述项目顺利实施将使投资当期公司期间费用增加，其中包括租用房屋支出678万元/年、增添人员支出3,430万元/年，将减少公司营业利润，影响当期公司业绩。

项目	数额（万元）	税后影响额（万元）
房屋租金	678	508.5
人员支出	3,430	2,572.5
合计	4,108	3,081

公司其他与主营业务相关的营运资金投入使用后，一方面可以减少公司财务费用，降低资产负债率，优化财务结构、降低财务风险，另一方面可以增强公司的核心竞争能力，为公司未来债务融资创造更有利条件。

（四）对公司品牌价值提升的影响

募集资金项目投入使用后，能够贯彻公司“区域扩展、行业拓展、服务延伸”的发展规划，将有效地拓展公司对客户服务范围，树立公司在业内的品牌影响力，提升公司的盈利能力。

第十二章 未来发展与规划

未来发展与规划是公司在当前经济形势和市场环境下，对可预见的将来做出的发展计划和安排。公司存在根据经济形势变化和经营实际状况对发展目标进行修正、调整和完善的可能。

一、发行人未来三年的发展计划

公司战略目标是发展成为专业的传播集团。

公司 2009 年及未来三年的发展计划为：本着“专业立身，卓越执行”的服务理念，坚持“区域扩张、行业拓展、服务延伸”的业务发展战略，巩固行业领先的市场地位，保持每年 15%以上营业收入的增长。具体计划为：

（一）区域扩张计划

基于我国公共关系市场向二线城市扩展的趋势，公司计划用三年的时间，在消费力较强、公共关系业务发展较快的二线城市建设全国性的业务拓展网络。公司很早就开始在全国进行地域布局，在全国建立了 24 个办事处，初步建立了全国业务网络，本次募集项目公司将对全国业务网络升级扩充，最终形成“四三七八十”（即 4 个层级、3 个业务核心、7 个业务骨干点、8 个业务支持中心、10 个市场拓展网络）的战略布局。

（二）行业拓展计划

公司将继续以 IT、汽车为核心业务行业，将 IT、汽车行业服务的成功经验扩展到医药、金融、日用消费品等行业，凭借公司的品牌优势拓展其他行业客户，并充分利用互联网等技术手段为客户业务拓展提供及时的服务支持，满足客户的不同需求。

（三）服务延伸计划

公司将继续专注于公共关系服务领域，将品牌管理作为核心业务，丰富品牌管理的服务种类，巩固在品牌传播、产品推广及危机管理等服务领域的优势，开拓企业社会责任、互动营销等新型服务；同时，重视对新兴传播方式的运用，加强互联网等新型传播技术的研究，为客户提供更为丰富的服务内容；针对即将召开的世博会，提高在活动管理业务中的竞争力，利用本次发行的募集资金购置大型的专业活动设备，为客户提供更为全面的服务。视业务发展需要伺机向广告传媒业务延伸，最终形成一条完整的品牌整

合营销服务链条，为客户提供全过程和全方位的品牌管理服务，确立公司在市场竞争中的优势地位。

（四）收购兼并计划

目前海外公共关系公司以平均每周一家的速度进行并购，逐渐形成多品牌跨国域的传播集团。而随着中国市场的拓展，海外公司也开始涉足国内市场，其进军国内市场常用的方式是通过并购方式。近3年，海外公司已并购了多家本土公共关系公司，而随着海外公司并购热潮的到来，本土公司也逐渐意识到行业整合的趋势，开始通过并购方式增强自我实力，拓展自身的市场。因此，为了与同行业进行竞争，公司开始制定并实施收购和兼并战略。2008年，公司并购“欣风翼”品牌是公司收购战略的第一个案例。

（五）多品牌经营计划

公司已拥有蓝色光标、智扬公关、欣风翼三个公共关系品牌，在业务的发展上，蓝色光标品牌定位于全国性、全业务服务品牌，其服务客户主要是IT、通讯、汽车、网络等行业的领军企业，既有联想、腾讯等国内企业，也有佳能、强生等国外品牌，在公共关系行业树立了行业龙头的地位；智扬公关品牌主要采取区域化发展策略，主要针对北京和深圳市场，其客户也主要针对国内企业，现在，智扬公关品牌已经成为深圳公共关系市场上口碑较好的品牌；欣风翼主要服务于手机通讯行业，以现场活动促销管理为主要的服务模式，在该领域内具有其自身的竞争优势。

在未来的2-3年里，公司将继续沿用上述品牌的定位，将蓝色光标打造成为国内公共关系行业的第一品牌，并通过市场扩张、区域扩张、服务延伸等发展战略发展巩固其市场地位；将智扬公关和欣风翼建设为区域品牌和细分行业品牌，并相应提高二者在区域周边和通讯手机相关行业的竞争优势，向外围拓展，进入其他区域和其他细分行业。同时，通过收购兼并等手段，整合各细分行业内的优势品牌。最终实现股份公司统一控制下，众多品牌独立运营的经营体系。

（六）组织完善计划

为了更好地优化公司运营机制，完善升级现有的企业体制，公司采取了以下具体措施：

（1）完善组织结构，使董事会决策、经营层管理、独立董事和监事会监督制衡的运行机制更为有效和谐，使股东利益价值最大化；

（2）以绩效为导向，不断优化企业管理流程，建立高绩效学习型组织；

(3) 不断创新，进一步激发员工的积极性和创造性，以持续的创新能力和不断地为客户创造价值，赢得客户的信任和尊重，增强公司竞争力。

公司将进一步加强内部管理，建立现代企业管理模式，加强企业文化建设，树立以“员工至上”为第一位的核心价值观，培育团结、进取、积极向上的企业文化，使公司的凝聚力、激励力、约束力、导向力、辐射力大大增强，有力地促进公司的进一步发展。

(七) 人员扩充和培训计划

公共关系行业属于知识密集型行业，公司在业务拓展的同时，需要不断扩充人员规模，提升人员素质。根据公司多年业内的管理经验，公司业务每增加 10%，业务人员的规模要相应增加 5%，因此，公司要达到每年 15% 的增长，公司将每年相应增加 8% 左右的业务人员。

本次募集资金区域业务拓展项目中，公司在人员的规模上将相应增加，将加强员工入职培训、定期培训等常规培训，建设人力资源培训中心，整体提升公司员工和各级管理人员的综合业务能力和领导能力，并计划采取员工分步循环培训方式，使人力资源培训中心成为公司人才成长的摇篮。公司将建设人员培训信息共享平台，提高员工的业务经验和知识，使员工能利用信息平台查询业务资料和案例，进行自我学习和提高。

二、发行人拟定计划依据的假设条件及主要困难

(一) 拟定计划依据的假设条件

1、国家宏观经济、政治、法律和社会环境处于正常发展的状态，国家对公共关系行业和国有品牌的鼓励扶持政策没有重大改变及各行业公共关系的投入力度没有大幅减少；公司遵循的有关法律、法规等无重大不利变动；无其它对公司发展造成重大不利影响的不可抗力因素产生；

2、本次股票发行能够顺利完成，募集资金及时到位；

3、公司所处行业及领域的市场处于正常发展状态，没有出现重大市场突变情形。

(二) 实施上述计划面临的主要困难

1、在公司快速发展，特别是在公司较大规模资金运用和业务迅速扩大的背景下，对公司的管理、技术和制度创新方面提出了更高的要求；

2、人才储备有限，虽然公司已引进并储备了一些高素质人才，但数量和质量可能无法满足今后公司发展的需要。

3、为业务发展，公司将增加区域网点，尽管对区域性网点的管理已经着手完善，但保证区域网点的统一管理和高效运作也是公司须面对的困难之一。

4、随着行业并购浪潮的到来，行业并购成本逐渐提高，风险越来越高，与海外公司相比，公司仅靠现有的资金实力，能力有限，实施难度较大。

三、发行人发展计划与现有业务的关系

公司业务发展计划是在公司现有业务的基础上，按照产业化发展战略要求和公司具体的业务经营情况提出的，是公司现有业务的拓展和深化。为实现专业的传播集团这一战略目标，公司提出了“区域扩张、行业拓展、服务延伸”的三大发展战略。（详见本招股说明书“第十一章募集资金运用之一、募集资金运用概况之（三）募集资金项目与现有业务及发展战略之间的关系”）。

四、发行上市对现有业务计划的促进作用

（一）加快区域扩张速度

通过本次发行募集资金，公司将加快全国业务网络建设的步伐，在全国做好公共关系业务布局，最终形成“四三七八十”的多层次全国业务拓展网络，同时也满足了公司主要客户在全国二级城市发展布局的需要，为其提供更为全面的服务，为与客户的长期合作打好基础。

（二）提高公司品牌知名度和整体形象

本次发行上市将巩固公司的行业竞争地位，有力地拓展公司发展空间，极大加强公司在客户中的信任度和品牌形象，对公司与客户的长期合作和吸引新客户具有很好的促进作用。

（三）提供人才保障

本次发行将极大增强公司对优秀人才的吸引力，培训体系更加完善，公司的人力资源优势进一步增强，从而为公司创造更大的经济效益和社会效益奠定基础。

（四）建立资本市场融资通道

公司发行上市成为公众公司，可以建立资本市场融资通道，为实现公司业务目标提供资金融资平台，满足公司扩大业务规模的资金需求。

（五）提高公司管理水平

本次募集投资项目之一业务系统信息化管理平台的顺利建设，将在全国若干个业务网络建立信息化管理系统，能够规范公司服务标准，统一公司形象，提高管理效率，更好地服务于客户，加快公司发展速度。

（六）完善公司法人治理结构

本次发行将对改善公司的法人治理结构起到积极作用，促进健康发展和业务目标的实现。

第十三章 其他重要事项

一、发行人重要合同情况

截至本招股说明书签署之日，公司已签署的、对公司的生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同如下：

（一）业务合同

截至本招股说明书签署之日，公司无签署金额在 500 万元以上的业务合同，重大的框架性协议如下：

1、公司与美赞臣营养品（中国）有限公司签订了《专业服务协议》，成为该公司的服务供应商之一，自 2009 年 1 月 1 日起至 2009 年 12 月 31 日止，为该公司提供市场公关等品牌管理专业服务。在合同有效期内，根据具体委托事项，进行相关报价、服务和结算。

2、公司与 AMD International Sales & Service Ltd. 签订了《供应商服务协议》，自 2009 年 1 月 1 日起至 2009 年 12 月 31 日止，为该公司提供活动管理等服务。在合同有效期内，根据具体订单和服务情况，每月进行确认和结算。

3、公司与深圳市腾讯计算机系统有限公司签订了《活动策划及执行服务合作框架协议》，自 2009 年 4 月 1 日起至 2010 年 3 月 31 日止，为该公司提供活动创意策划及执行服务。在合同有效期内，根据具体需求签订单次服务协议，每次以单次服务协议金额进行结算。

4、公司与艺龙网信息技术（北京）有限公司签订了《艺龙旅行网公关代理服务合同》，自 2009 年 1 月 6 日起至 2009 年 12 月 31 日止，为该公司提供公共关系管理服务。在合同有效期内，根据具体需求和委托，双方在每次合作之前以书面方式制定合作范畴，以单次服务协议金额进行结算。

5、公司与趋势科技（中国）有限公司签订了《公关、会务服务合作协议》，自 2009 年 1 月 1 日起至 2009 年 12 月 31 日止，为该公司提供公关、会务等服务。在合同有效期内，根据具体需求和委托，以《服务委托书》的方式，对每次服务的具体要求、验收标准、时间、收费及支付方式等具体内容进行确定，并进行独立结算。

6、公司与西门子（中国）有限公司签订了《会务管理主协议》，自 2009 年 5 月 1 日起至 2010 年 4 月 30 日止，为该公司提供会务管理服务。在合同有效期内，根据具体

需求订立具体的单个合同，并进行单个合同结算。

7、公司与武汉多普达通讯有限公司签订了《项目服务协议》，自 2007 年 9 月 27 日起，为该公司提供全国六城市重点店铺神秘顾客调查等服务。具体服务要求、内容和报价，根据双方不时确认、订立的每一订单进行约定，并逐单结算。

8、公司与微软（中国）有限公司签订了《微软供应商方案协议》，自 2004 年 4 月 30 日起，为该公司提供终端市场咨询管理、培训等服务。根据具体服务要求和内容，进行具体服务和结算。

9、公司与微软（中国）有限公司签订了《微软供应商方案协议》，自 2004 年 5 月 9 日起，为该公司提供培训服务、顾问咨询服务。按照项目进行结算。

10、公司与北京裕华智业会展信息咨询有限公司签订了《合作协议》，自 2009 年 1 月至 2009 年 12 月，该公司为公司提供服务，为公司的指定供应商之一，根据公司要求提供服务及产品。按照每次服务及产品进行结算。

11、公司与网娱智信科技咨询（北京）有限公司签订了《合作协议》，自 2009 年 1 月至 2009 年 12 月，该公司为公司提供服务，为公司的指定供应商之一，根据公司要求提供服务及产品。按照每次服务及产品进行结算。

（二）收购欣风翼品牌的合同

1、2008 年 5 月 8 日，公司与郑佳、陶跃华、董丽、施蕾、陈莉、王锦、欣风翼、欣博思、畅益思、博思瀚扬签订《关于北京博思瀚扬企业策划有限公司股权收购协议》，协议约定将分五步对博思瀚扬 100%的股权进行收购，收购进度如下：

收购时间	2008.5.8	第一年度	第二年度	第三年度	第四年度
收购比例	51%	12%	12%	12%	13%

其中第一阶段 51%股权以 2008 年 4 月 30 日为基准日，根据《评估报告》（联首评字【2008】第 1010 号）确认的评估价值 35,758,500 元为准，协商确定 51%股权交易价格 1,800 万元，该部分股权收购已完成；余下 49%股权依协议约定在博思瀚扬税后净利润较参照值（475 万元）增长大于 0%的情况下，公司以该年税后净利润值乘以 PE 乘该年对应剩余标的股权计算出的价款对其进行收购，在税后净利润较参照值（475 万元）增长小于 0%的情况下，公司有权决定以 7 倍 PE 购买或者不购买当期标的股权，在不购买当期标的股权的情况下，收购年度向后顺延，以此类推，最终达到持有博思瀚扬 100%的股权的目标。

2、2008 年 8 月 5 日，公司与郑佳、陶跃华、董丽、施蕾、陈莉、王锦、风翼畅合、

博思瀚扬签订《关于北京博思瀚扬企业策划有限公司股权收购补充协议》，该协议鉴于博思瀚扬原股东同意郑佳、陶跃华、董丽、施蕾、陈莉、王锦将其所持博思瀚扬 49%的股份转给由该六名股东新成立的风翼畅合，以及转让完成后，新股东风翼畅合继续执行原收购合同的情况，协议各方就博思瀚扬 49%股权后续转让及交割事宜，按照原股权收购协议进行了具体约定。

（三）一致行动人协议

公司共同控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华于 2008 年 12 月 31 日签署《关于共同控制北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司并保持一致行动的协议书》，2010 年 1 月 6 日签署《关于共同控制北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司并保持一致行动的协议书之补充协议》，协议内容详见本招股说明书“第五章发行人基本情况之四、发行人实际控制人及持有发行人 5%以上股份的主要股东情况之（一）实际控制人情况”中相关内容。

（四）借款合同

2009 年 12 月 25 日，公司与中国民生银行总行营业部签订了《借款合同》（编号：公借贷字第 99012009284901 号），借款金额为 4000 万元，以朝阳区酒仙桥路甲 10 号 3 号楼，星城国际 17 层、18 层（标识层为 19 层、20 层）房产及分摊的国有土地使用权作为抵押物，借款期限为壹年，自 2009 年 12 月 25 日至 2010 年 12 月 25 日。

二、发行人对外担保的有关情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在对外担保的有关情况。

三、未决诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司无重大诉讼或仲裁事项。

四、共同控制人及其控股子公司存在的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，公司共同控制人及其控股子公司，无重大诉讼或仲裁事项。

五、公司共同控制人近三年是否存在违法、违规情况

截至本招股说明书签署之日，公司共同控制人即实际控制人最近 3 年内不存在损害投资者合法权益和社会公共利益的重大违法、违规行为。

六、董事、监事及高级管理人员和核心业务人员的重大诉讼或仲裁事项






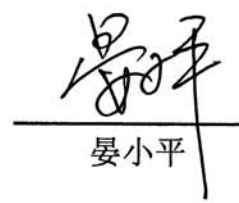



截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员及核心业务人员无重大诉讼或仲裁事项，也无刑事诉讼事项。

第十四章 董事、监事、高级管 理人员及有关中介声明

一、发行人全体董事声明

公司全体董事承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签名：

 赵文权	 孙陶然	 吴铁
 许志平	 陈良华	 晏小平
 赵欣桐	 肖星	 刘晓春

北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司(公章)



二、发行人全体监事声明

公司全体监事承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。


全体监事签名：



毛宇辉



潘勤



刘璐

北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司



三、发行人全体高级管理人员声明

公司全体高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

全体高级管理人员签名：


赵文权


许志平


田文凯


陈剑虹

北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司(盖章)



四、保荐人(主承销商)声明

公司已对招股说明书进行了核查,确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目协办人(签名): 杨淑敏
杨淑敏

保荐代表人(签名): 武健 龚文荣
武健 龚文荣

法定代表人(签名): 马昭明
马昭明

华泰联合证券有限责任公司(章)
2010年1月22日

五、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书,确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述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(签名): 董立七 叶军莉

律师事务所负责人(签名): 王洪明



六、 审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书, 确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议, 确认招股说明书不致因上述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。

经办注册会计师(签名):

陈永宏

陈永宏

徐继凯

徐继凯

会计师事务所负责人(签名):

陈永宏

陈永宏

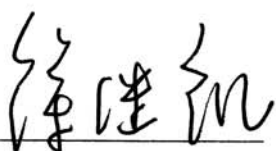
天职国际会计师事务所有限公司(公章)

2010年1月22日

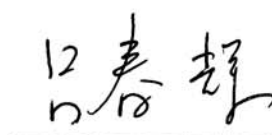
七、验资机构声明（一）

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述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。

经办注册会计师(签名):

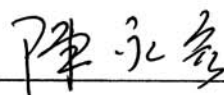


徐继凯



吕春辉

会计师事务所负责人(签名):



陈永宏

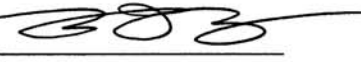
天职国际会计师事务所有限公司(公章)



八、验资机构声明（二）

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述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。

经办注册会计师(签名):  
陆建来 宫肃康

会计师事务所负责人(签名): 
宫肃康

北京天平会计师事务所有限公司(公章)

2010年1月22日

九、资产评估机构声明（一）

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述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。

经办注册资产评估师(签名):


黄立新


李文军

资产评估机构负责人(签名):


郑文洋


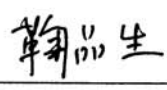
沃克森（北京）国际资产评估有限公司(公章)




2010年1月22日

十、资产评估机构声明（二）

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述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。

经办注册资产评估师(签名):  
刘 松 鞠品生

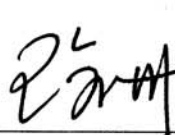



资产评估机构负责人(签名): 
刘 松

北京联首资产评估事务所有限公司(公章)

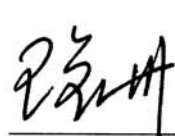

2019年1月22日

十一、验资机构声明（三）

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述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。

经办注册会计师(签名):    

王全洲 陈群

会计师事务所负责人(签名):  

王全洲

北京兴华会计师事务所有限责任公司(公章)



2010 年 1 月 22 日

第十五章 附件

一、附件

与本次公开发行有关的所有正式文件（附件）已在指定网站上披露，具体如下：

- （一）发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）及发行保荐工作报告；
- （二）发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见；
- （三）发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；
- （四）财务报表及审计报告；
- （五）内部控制鉴证报告；
- （六）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （七）法律意见书及律师工作报告；
- （八）公司章程（草案）；
- （九）中国证监会核准本次发行的文件；
- （十）其他与本次发行有关的重要文件

二、附件查阅方式

上述附件有如下查阅方式：

- （一）投资者可以通过指定网站进行查阅；
- （二）投资者在如下地点进行查阅：
 - 1、发行人：北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司
联系地址：北京市朝阳区酒仙桥路甲10号3号楼20层20A
联系电话：010-84575500
联系人：田文凯
 - 2、保荐人（主承销商）：华泰联合证券有限责任公司
联系地址：北京市西城区月坛北街月坛大厦17层
联系电话：010-68085588
保荐代表人：武健、龚文荣
项目协办人：杨淑敏

联系人：翟峰、姜虹、郑思明、史佳琳

查阅时间：工作日上午 9：00—12：00，下午 14：00—17：00