

北京蓝色方略整合营销顾问股份有限公司 公开转让说明书

BlueStrategy
蓝色方略

主办券商



二〇一五年十二月

声 明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺公开转让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。

本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公开转让说明书中财务会计资料真实、完整。

全国中小企业股份转让系统有限责任公司（以下简称“全国股份转让系统公司”）对本公司股票公开转让所作的任何决定或意见，均不表明其对本公司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，本公司经营与收益的变化，由本公司自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行承担。

重大事项提示

公司在经营过程中，由于所处行业及自身特点所决定，特提示投资者应对公司以下重大事项或可能出现的风险予以充分关注：

一、智力资源流失的风险

活动营销服务业务属于智力密集型业务类型，依靠专业人员为客户提供活动创意策划、活动管理和执行、资源的有效和高效整合等专业服务，各环节均需要大量高素质和经验丰富型的人才。目前国内活动营销专业人才短缺、流动率较高等人力资源问题是影响行业和公司发展的主要问题。经过多年的发展，公司逐渐形成了一支集合创意策略、文案编辑、平面设计、3D 设计、视频多媒体、美术制作等专业人才的创意团队和一支熟悉统筹规划、团队管理、沟通协调、应急管理、商务谈判、预算管理工作和深入了解各行业特点的项目执行团队。当上述高端人才发生较大规模的流失情况时，将可能导致公司服务水准的波动。

二、行业受宏观经济波动影响的风险

作为现代服务业，活动营销服务业的下游客户涉及 TMT、汽车、文化传媒、快消等多个行业，活动营销服务与客户行业的市场营销需求密切相关。客户所处行业的发展状况直接影响其营销预算，从而间接影响活动营销服务业的发展和公司的经营状况。如果未来国际国内宏观经济运行出现较大幅度的波动，会对公司下游行业的景气程度和生产经营状况产生影响，从而间接影响公司经营业绩。

三、国内企业对活动营销的认知程度较低的风险

国内活动市场的容量虽然巨大，但专业化的活动营销尚处于初级阶段，大多数企业对活动营销的认识仍旧处于朦胧的感性认知状态，认知程度较低。这导致了目前大多数企业在品牌和产品推广方面，仍倾向于采用效用立竿见影的广告，而活动营销服务由于营销效果无法短期量化，同时其沟通的单人成本较公关、广告等手段都偏高而被慎用，从而影响活动营销行业在国内市场的推广和发展。即使在对活动营销有所认知并愿意采用活动营销模式的情况下，国内企业也往往限于成本控制等各种因素，自行临时抽调人员进行活动组织和管理，而不愿聘请专业活动营销机构进行全程策划与执行，这直接导致了活动营销效果的弱化甚至导致反效果，最终也不利于活动营销行业在国内市场的推广和发展。

四、关联交易较为频繁且金额较大

报告期内公司向关联方提供劳务并销售活动物品，同时接受关联方的劳务服务，这些关联交易系蓝色光标集团体系内的业务划分所致，公司关联交易较为频繁；同时 2013 年、2014 年、2015 年 1-6 月，公司关联销售收入占公司营业收入的比重分别为 7.02%、12.74%、35.39%，逐年提高，特别是最近一期关联销售收入占比较大，主要是由于 2015 年起公司对蓝色光标体系内的活动团队和业务进行了整合，相关活动营销业务也随之转至公司，使得当期关联销售收入大幅增加。这些关联销售对公司财务状况与经营成果有一定的影响，**公司对关联方存在一定的依赖。**

五、应收账款金额较大的风险

2013 年末、2014 年末与 2015 年 6 月末公司应收账款净额分别为 1,910.08 万元、3,413.85 万元与 5,452.65 万元，占总资产的比例分别为 57.67%、63.34%与 72.30%，比例较高，应收账款金额较大。若客户的经营情况、资信状况发生重大变化，可能导致公司应收账款出现无法回收的风险。

六、偿债能力的风险

2013 年末、2014 年末、2015 年 6 月末公司资产负债率分别为 28.28%、55.04%、74.94%（母公司数），该比率逐年提高，特别是 2015 年 6 月末公司的资产负债率已处于较高水平；2013 年末、2014 年末、2015 年 6 月末公司流动比率分别为 2.61、2.23、1.37，速动比率分别为 2.61、2.23、1.37，两项指标逐年下降，特别是 2015 年 6 月末公司的流动比率已低于一般认为的安全比率，公司存在一定的偿债能力风险。

七、潜在同业竞争的风险

公司隶属于上市公司蓝色光标集团体系，实际控制人控制的企业众多，且部分企业经营范围与公司有所重合，虽然公司已接收蓝色光标集团体系内的活动部员工及活动营销业务，且蓝色光标已从上市公司董事会决议层面明确将集团体系内除房地产行业以外的活动营销业务划归为公司独家经营，实际控制人及其控制的其他企业也均出具了关于避免与公司同业竞争的承诺，但仍不能完全避免上述公司违反承诺开展除房地产行业以外的活动营销业务的可能性。

目 录

声明.....	i
重大事项提示.....	ii
目录.....	iv
释义.....	vi
第一节基本情况.....	1
一、公司基本情况.....	1
二、挂牌股份的基本情况.....	2
三、公司股权基本情况.....	4
四、公司设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况.....	10
五、公司董事、监事、高级管理人员基本情况.....	22
六、公司最近两年及一期的主要会计数据及财务指标.....	25
七、与本次挂牌相关的机构情况.....	26
第二节公司业务.....	28
一、公司主要业务、产品、服务及功能.....	28
二、公司组织结构、生产或服务流程及方式.....	32
三、公司业务相关的关键资源要素.....	34
四、公司业务具体状况.....	38
五、公司的商业模式.....	43
六、所处行业概况、市场规模及基本风险特征.....	46
第三节公司治理.....	56
一、公司股东大会、董事会、监事会制度建立健全及运行情况.....	56
二、关于上述机构和相关人员履行职责情况的说明.....	57
三、公司董事会对公司治理机制建设及运行情况的评估结果.....	57
四、公司及控股股东、实际控制人最近两年及一期违法违规及受处罚情况.....	60
五、公司独立性情况.....	60
六、同业竞争情况.....	61
七、公司近两年及一期关联方资金占用和对关联方的担保情况.....	74
八、公司董事、监事、高级管理人员情况.....	74
第四节公司财务.....	78
一、最近两年及一期的审计意见、主要财务报表.....	78
二、最近两年及一期的主要财务指标分析.....	100

三、报告期利润形成的有关情况	103
四、公司的主要资产情况	111
五、公司重大债务情况	125
六、股东权益情况	130
七、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况	130
八、需提醒投资者关注财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项	141
九、报告期内公司资产评估情况	142
十、股利分配政策、最近两年及一期实际股利分配情况及公开转让后的股利分配政策	143
十一、控股子公司或纳入合并财务报表的其他企业的基本情况	143
十二、管理层对公司风险因素自我评估	145
第五节有关声明	150
挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员的声明	150
主办券商声明	151
律师事务所声明	152
会计师事务所声明	153
资产评估机构声明	154
第六节附件	155
一、主办券商推荐报告	155
二、财务报表及审计报告	155
三、法律意见书	155
四、公司章程	155
五、全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见	155
六、其他与公开转让有关的重要文件	155

释义

除非本说明书另有所指，下列简称具有如下含义：

一般释义		
公司、本公司、股份公司、方略股份、蓝色方略	指	北京蓝色方略整合营销顾问股份有限公司
有限公司、方略有限	指	蓝色方略（北京）咨询有限公司
蓝色光标	指	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司，创业板上市公司，证券代码 300058
上海品牌	指	上海蓝色光标品牌顾问有限公司，上市公司蓝色光标子公司，现为蓝色方略股东
上海励唐	指	上海励唐会展策划服务有限公司，上市公司蓝色光标子公司所控制的公司，现为蓝色方略股东
方略投资	指	霍尔果斯方略股权投资管理合伙企业（有限合伙），现为蓝色方略股东
蓝标投资	指	霍尔果斯蓝标网众股权投资管理合伙企业（有限合伙），现为蓝色方略股东
盛世鸿天	指	北京盛世鸿天会展服务有限公司，现为公司全资子公司
湃杰广告	指	上海湃杰广告有限公司，现为公司全资子公司
芒果树园	指	芒果树园（北京）商贸有限公司，现为公司全资子公司
拉萨方略	指	拉萨蓝色方略信息咨询有限公司，现为公司全资子公司
蓝海旅行	指	蓝海腾悦（北京）旅行社有限公司，现为公司全资子公司
今久广告	指	北京今久广告传播有限责任公司
高级管理人员	指	总裁（总经理）、副总裁（副总经理）、财务总监（财务负责人）、董事会秘书
主办券商、申万宏源	指	申万宏源证券有限公司
内核小组	指	申万宏源证券有限公司全国股份转让系统挂牌项目内部审核小组
证监会	指	中国证券监督管理委员会
全国股份转让系统公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
《业务规则》	指	《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》
元、万元	指	人民币元、人民币万元
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》（2013年修订）
《公司章程》	指	挂牌之日起生效并执行的《北京蓝色方略整合营销顾问股份有限公司章程（草案）》
三会	指	股东大会、董事会、监事会

“三会”议事规则	指	《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》
专业术语释义		
活动营销	指	所谓的活动营销是指企业通过介入重大的社会活动或整合有效的资源策划大型活动而迅速提高企业及其品牌知名度、美誉度和影响力，促进产品销售的一种营销方式。简单地说，活动营销是围绕活动而展开的营销，以活动为载体，使企业获得品牌的提升或是销量的增长。
广告营销	指	广告营销是指企业通过广告对产品展开宣传推广，促成消费者的直接购买，扩大产品的销售，提高企业的知名度、美誉度和影响力的活动。
媒体营销	指	媒体营销是指企业和社会组织运用电视、网络、报纸等媒体的传播来扩大知名度，进行品牌推广的行为。
TMT	指	TMT，是电信、媒体和科技（Telecommunication, Media, Technology）三个英文单词的首字母，整合在一起，实际是未来电信、媒体\科技（互联网）、信息技术的融合趋势所产生的。TMT产业是以互联网等媒体为基础将高科技公司和电信业等行业链接起来的新兴产业。
快消	指	快速消费品

注：本说明书中，部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能略有差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

第一节 基本情况

一、公司基本情况

- 公司名称：北京蓝色方略整合营销顾问股份有限公司
- 英文名称：Beijing BlueStrategy Integrated Marketing Consultant Co., Ltd
- 法定代表人：罗坚
- 有限公司成立日期：2010年9月16日
- 股份公司设立日期：2015年9月6日
- 注册资本：1,428.50万元
- 注册地址：北京市朝阳区酒仙桥北路9号(厂区)10幢二层A7-01
- 邮编：100015
- 董事会秘书：杨季
- 所属行业：根据《国民经济行业分类（GB-T 4754-2011）》，公司所属行业为“商务服务业”（L72）中的“会议及展览服务”（L7292）；根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012修订），公司所属行业为“商务服务业”（L72）；根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为“商务服务业”（L72）中的“会议及展览服务”（L7292）。
- 经营范围：企业策划；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议及展览服务；销售工艺美术品、日用品、文具用品、五金交电、电子产品、机械设备。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）
- 主要业务：公司主要在中国境内提供除房地产行业以外的活动营销服务，即通过帮助非房地产行业客户介入重大的社会活动或整合有效的资源策划大型活动，而迅速提高客户及其品牌知名度、美誉度和影响力，从而促进客户品牌影响力或产品销售的一种营销服务方式。
- 组织机构代码：56208758-2

二、挂牌股份的基本情况

（一）挂牌股份的基本情况

- 1、股票代码：
- 2、股票简称：
- 3、股票种类：人民币普通股
- 4、每股面值：1.00元
- 5、股票总量：14,285,000股
- 6、挂牌日期：
- 7、转让方式：协议转让

（二）股东所持股份的限售情况

1、相关法律法规及公司章程对股东所持股份的限制性规定

《公司法》第一百四十一条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让。公司公开发行股份前已发行的股份，自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起一年内不得转让。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。公司章程可以对公司董事、监事、高级管理人员转让其所持有的本公司股份作出其他限制性规定。”

《业务规则》第二节第八条规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人在挂牌前直接或间接持有的股票分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。

挂牌前十二个月以内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。

因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。”

《公司章程》第二十七条规定：“发起人持有的公司股份，自公司成立之日1年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的25%；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起1年内不得转让。上述人员离职半年内，不得转让

其所持有的本公司股份。”

《公司章程》第二十八条规定：公司董事、监事、高级管理人员持有本公司股份 5% 以上的股东，将其持有的本公司股票在买入后 6 个月内卖出，或者在卖出后 6 个月内又买入，由此所得收益归本公司所有，本公司董事会将收回其所得收益。但是，证券公司因包销购入售后剩余股票而持有 5% 以上股份的，卖出该股票不受 6 个月时间限制。”

2、股东所持股份的限售安排

针对公司股东上海品牌、上海励唐，两者作为股份公司发起人，截至公司股票在全国股份转让系统挂牌之日，股份公司成立未满一年，公司发起人上海品牌、上海励唐所持公司股份全部为限售股。

针对股份公司成立后的新增股东方略投资、蓝标投资，根据股份公司第二次临时股东大会决议，方略投资、蓝标投资所持的公司股票为限制性股票，转让限制安排如下：

(1) 蓝标投资所持公司股份自 2015 年 10 月 1 日至 2016 年 9 月 30 日期间予以锁定，不得转让。自 2016 年 10 月 1 日起，蓝标投资所持公司股份可自由转让，未设定其他锁定条件；

(2) 方略投资所持公司股份自 2015 年 10 月 1 日至 2016 年 9 月 30 日期间予以锁定，不得转让。自 2016 年 10 月 1 日起，方略投资所持公司股份分三批解锁：2016 年 10 月 1 日至 2017 年 9 月 30 日，方略投资可申请解锁数量为其所持公司股份总数的 30%；2017 年 10 月 1 日至 2018 年 9 月 30 日，方略投资可申请解锁数量为其所持公司股份总数的 30%；2018 年 10 月 1 日之后，方略投资可申请解锁数量为其所持公司股份总数的 40%。

方略投资、蓝标投资已出具书面承诺，自愿按上述安排对所持股份予以锁定。

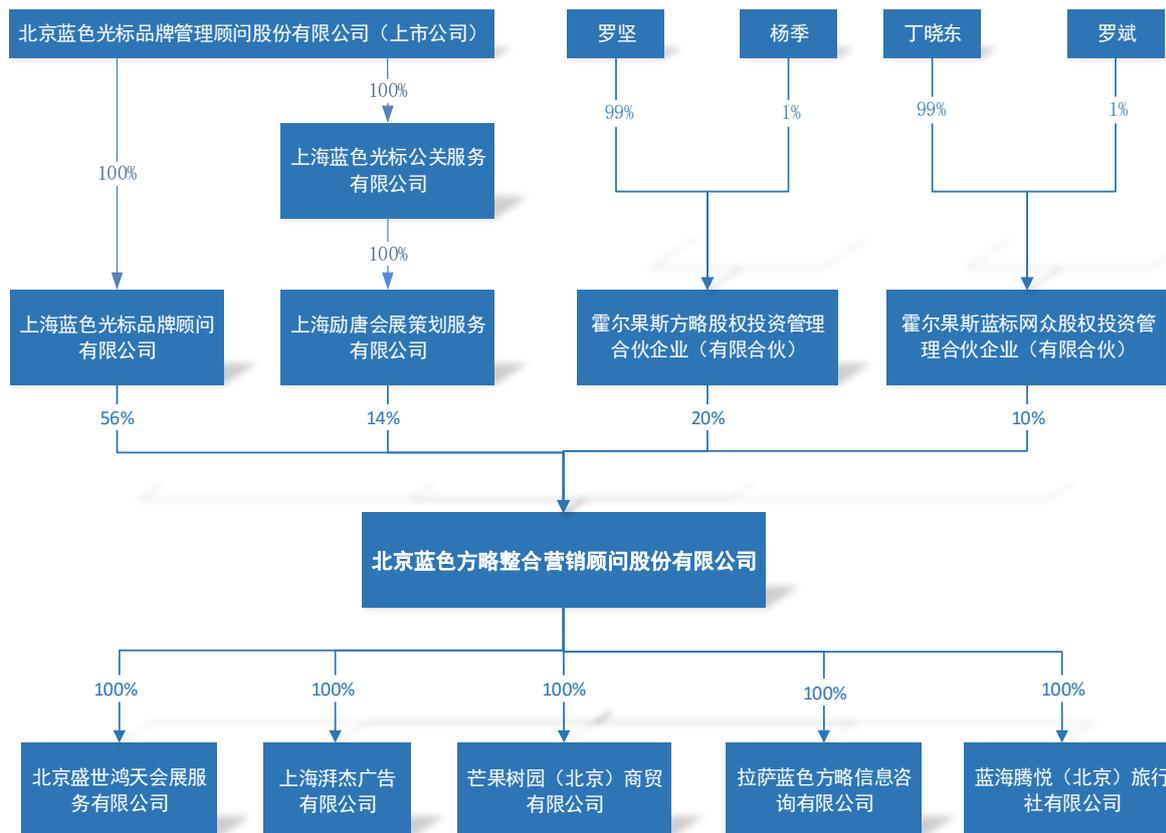
综上，公司现有股东持股情况及本次可进入全国股份转让系统公司转让的数量如下：

序号	股东	任职	是否为高管	是否为控股股东、实际控制人	挂牌前持股数量（股）	挂牌当日可转让股份数量（股）	挂牌当日限售股份数量（股）
1	上海蓝色光标品牌顾问有限公司	-	否	是	8,000,000	0	8,000,000
2	上海励唐会展策划服务有限公司	-	否	否	2,000,000	0	2,000,000
3	霍尔果斯方略股权投资管理合伙企业（有限合伙）	-	否	否	2,856,667	0	2,856,667

4	霍尔果斯蓝标网众股权投资管理合伙企业（有限合伙）	-	否	否	1,428,333	0	1,428,333
合计		-	-	-	14,285,000	0	14,285,000

三、公司股权基本情况

（一）股权结构图



1、公司股东基本情况

（1）上海品牌

注册号	310114002107838	名称	上海蓝色光标品牌顾问有限公司
类型	有限责任公司	法定代表人	潘安民
成立日期	2010年4月14日	注册资本	11,923万元
住所	嘉定工业区叶城路1630号4幢1408室		
经营范围	企业形象策划，商务咨询，市场营销策划，广告设计、制作、代理。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
股东构成	蓝色光标持股100%		

注：上海品牌不属于私募证券投资基金。

(2) 上海励唐

注册号	310114002253574	名称	上海励唐会展策划服务有限公司
类型	有限责任公司	法定代表人	许志平
成立日期	2011年4月8日	注册资本	2,300万元
住所	嘉定区宝安公路2762号2幢1065室		
经营范围	企业形象策划，设计、制作、代理各类广告。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
股东构成	上海蓝色光标公关服务有限公司（蓝色光标全资子公司）持股100%		

注：上海励唐不属于私募证券投资基金。

(3) 方略投资

注册号	654000070000500	名称	霍尔果斯方略股权投资管理合伙企业（有限合伙）		
类型	有限合伙企业	执行事务合伙人	罗坚		
成立日期	2015年7月22日				
主要经营场所	新疆伊犁州霍尔果斯欧陆经典小区8号楼2单元301室				
经营范围	接受委托管理股权投资项目、参与股权投资、为非上市及已上市公司提供直接融资的相关服务。				
出资结构	序号	合伙人	合伙人类型	认缴份额（万元）	财产份额比例（%）
	1	罗坚	普通合伙人	3,960.00	99.00
	2	杨季	有限合伙人	40.00	1.00

注：方略投资不属于私募证券投资基金。

(4) 蓝标投资

注册号	654000070000331	名称	霍尔果斯蓝标网众股权投资管理合伙企业（有限合伙）		
类型	有限合伙企业	执行事务合伙人	罗斌		
成立日期	2015年6月17日				
主要经营场所	新疆伊犁州霍尔果斯卡拉苏河欧陆经典小区8楼二单元301室				
经营范围	接受委托管理股权投资项目、参与股权投资、为非上市及上市公司提供直接融资的相关服务。				

出资结构	序号	合伙人	合伙人类型	认缴份额（万元）	财产份额比例（%）
	1	丁晓东	有限合伙人	3,960.00	99.00
	2	罗斌	普通合伙人	40.00	1.00

注：蓝标投资不属于私募证券投资基金。

2、公司子公司基本情况

（1）盛世鸿天

注册号	110105013630048	名称	北京盛世鸿天会展服务有限公司
类型	有限责任公司	法定代表人	罗坚
成立日期	2011年03月02日	注册资本	100万元
主要经营场所	北京市朝阳区酒仙桥北路9号(厂区)10幢二层A7-02		
经营范围	会议及展览服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；家居装饰及设计；设计、制作广告；翻译服务；礼仪服务；婚姻服务（不含涉外婚姻）；租赁舞台灯光设备；租摆花卉；企业策划；经济贸易咨询；计算机技术培训。		

（2）湃杰广告

注册号	310227000718468	名称	上海湃杰广告有限公司
类型	有限责任公司	法定代表人	葛亥渊
成立日期	2000年12月15日	注册资本	50万元
住所	上海市松江区小昆山镇青云街24弄111号		
经营范围	设计、制作各类广告；电脑图文设计制作（除网页）；企业形象策划；摄影服务；标牌制作；数字营销及传播、计算机领域技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；商务信息咨询服务，室内设计，会务会展服务，大型活动策划，公关礼仪服务，婚庆礼仪服务，文化艺术活动交流策划；电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务）；工艺美术品、工艺礼品、文化用品、办公用品、日用品批发零售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		

（3）芒果树园

注册号	110105015734988	名称	芒果树园（北京）商贸有限公司
类型	有限责任公司	法定代表人	朱虹
成立日期	2013年03月27日	注册资本	50万元
住所	北京市朝阳区酒仙桥北路9号(厂区)10幢二层A7-04		

经营范围	批发预包装食品（食品流通许可证有效期至 2016 年 3 月 19 日）；数据处理；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议及展览服务；企业策划；设计、制作、代理、发布广告；产品设计；市场调查；经济贸易咨询；技术推广服务；销售工艺品、文具用品、日用品、机械设备、五金交电、电子产品、新鲜水果、新鲜蔬菜；货物进出口。（领取执照后，应去市商务委或区县商务委备案。）
-------------	---

（4）拉萨方略

注册号	540091100001605	名称	拉萨蓝色方略信息咨询有限公司
类型	有限责任公司	法定代表人	罗坚
成立日期	2013 年 4 月 10 日	注册资本	50 万元
住所	拉萨经开区西藏西海冷链物流有限公司 2 层 218 室		
经营范围	一般经营项目：科技信息咨询、会计信息咨询、经济贸易咨询；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议及展览服务；公共关系服务；企业策划；设计、制作广告。（上述经营范围中，国家法律、行政法规和国务院决定规定必须报经批准的，凭许可证在有效期内经营。）		

（5）蓝海旅行

注册号	110105015703094	名称	蓝海腾悦（北京）旅行社有限公司
类型	有限责任公司	法定代表人	罗坚
成立日期	2013 年 03 月 19 日	注册资本	50 万元
住所	北京市朝阳区酒仙桥北路 9 号(厂区)10 幢二层 A7-03		
经营范围	国内旅游业务；入境旅游业务；出境旅游业务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议及展览服务；票务代理；旅游信息咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）		

（二）控股股东、实际控制人、前十名股东及持有 5%以上股份股东的持股情况

序号	股 东	直接持股数量（股）	直接持股比例（%）	股东性质
1	上海蓝色光标品牌顾问有限公司	8,000,000	56.00	境内有限公司
2	上海励唐会展策划服务有限公司	2,000,000	14.00	境内有限公司
3	霍尔果斯方略股权投资管理合伙企业(有限合伙)	2,856,667	20.00	境内合伙企业

4	霍尔果斯蓝标网众股权投资管理合伙企业（有限合伙）	1,428,333	10.00	境内合伙企业
合计		14,285,000	100.00	-

（三）控股股东、实际控制人、前十名股东及持有 5%以上股份股东的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本说明书签署日，公司控股股东、实际控制人、前十名股东及持有公司 5%以上股份股东直接或间接持有的公司股份不存在质押或其它争议事项的情形。

（四）股东相互间的关联关系

公司股东上海品牌、上海励唐同受上市公司蓝色光标及其实际控制人所控制；股东方略投资为公司董事长、总裁罗坚控制的合伙企业，罗坚同时担任蓝色光标监事会主席；股东蓝标投资之合伙人丁晓东、王炼在蓝色光标部分下属公司任职董事等职务。

除此之外，股东之间无其他关联关系。

（五）公司控股股东和实际控制人基本情况

1、公司控股股东、实际控制人

截至本说明书签署日，上海品牌持有公司56%的股份，系公司控股股东。上海品牌的基本情况详见本节之“三、公司股权基本情况”之“（一）股权结构图”之“1、公司股东基本情况”之“（1）上海品牌”。

截至本说明书签署日，公司实际控制人为赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然五人。

赵文权，男，1970年生，中国国籍，无境外永久居留权，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；1996至1999年，以及2003至2007年任蓝色光标公共关系机构首席执行官，其中2004年至2007年期间兼任蓝色光标董事，2008年1月至今于蓝色光标任董事长、总经理。

许志平，男，1962年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历，高级工程师。历任联想集团研究发展中心副主任，联想教育电子总经理和企业技术中心总经理，腾图华泰联合电子总经理，星际坐标市场顾问公司董事长，北京贯能管理咨询公司首席顾问，2004至2007年任蓝色光标董事并兼任公共关系机构首席财务官，2008年1月至今于蓝色

光标任董事、副总经理，2012年1月至今兼任蓝色光标董事会秘书。

陈良华，男，1962年生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历。历任长城计算机集团部门经理，星际坐标市场顾问公司首席顾问，北京贯能管理咨询公司首席顾问，集略营销公司首席顾问；2004至2006年任魔石咨询公司首席顾问。2004年至2014年1月期间，于蓝色光标历任智扬公关顾问机构首席顾问、监事、监事会主席、董事等职务，现任蓝色光标首席顾问。

孙陶然，男，1969年生，中国国籍，无境外永久居留权，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年至今，于蓝色光标兼任董事。

吴铁，男，1962年生，中国国籍，无境外永久居留权，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。2007年至今，于蓝色光标任董事。

实际控制人认定依据：蓝色光标直接控制公司股东上海品牌100%股权，通过其全资子公司上海蓝色光标公关服务有限公司间接控制公司股东上海励唐100%股权，上海品牌、上海励唐合计持有公司70%股权，因此，蓝色光标可间接控制公司70%股权。而根据蓝色光标于2015年8月披露的《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司2015年半年度报告》，赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华五人为一致行动人，共同构成蓝色光标的实际控制人。因此，赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华可通过蓝色光标间接控制公司，为公司的实际控制人。

2、报告期内公司控股股东、实际控制人变化情况

时间	控股股东	实际控制人	说明
2013年4月前	长春方略	罗坚	2013年4月前，长春方略持有公司95%股权，为公司控股股东；罗坚持有长春方略100%股权，为公司实际控制人。
2013年4月至 2014年3月	-	赵文权、孙陶然、吴铁、 许志平、陈良华	2013年4月，长春方略将所持的公司26%股权、20%股权分别转让给上海品牌、上海励唐，转让后，上海品牌、上海励唐、长春方略分别持有公司49%、31%、20%股权，公司无控股股东。上海品牌、上海励唐均为蓝色光标控制的公司，因此，蓝色光标实际控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华同时也为公司实际控制人。
2014年3月	上海品牌	赵文权、孙陶然、吴铁、	2014年3月，长春方略将所持的公司49%股权

至今		许志平、陈良华	全部转让给上海品牌,上海品牌所持公司股权比例成为公司控股股东。公司实际控制人仍为赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华。
----	--	---------	---

公司原控股股东长春方略的基本情况如下:

注册号	220107000010205	名称	长春方略咨询有限公司
类型	有限责任公司	法定代表人	罗坚
成立日期	2011年7月11日	注册资本	10万元
住所	高新区创建路246号1楼2号房间		
经营范围	经济贸易咨询;会议及展览服务;公共关系服务;企业策划;广告设计、制作、代理(烟草广告、固定形式印刷品广告除外);销售日用百货、五金交电、机械设备(以上各项法律、行政法规、国务院规定禁止的不得经营;需经专项审批的项目未经批准之前不得经营)		

公司原实际控制人罗坚的基本情况详见本节之“五、公司董事、监事、高级管理人员”基本情况之“(一)公司董事”。

报告期内,公司因被上市公司蓝色光标下属公司收购,导致实际控制人发生了变更。实际控制人发生变更后,公司主营业务、高级管理人员未发生变更,公司营业收入、净利润等指标均呈现上升态势。因此,报告期内实际控制人变更情况未对公司经营状况构成重大不利影响。

四、公司设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况

(一) 公司设立以来股本的形成及其变化情况

1、方略有限设立及股权变动情况

(1) 2010年9月,方略有限成立

2010年8月23日,北京市工商行政管理局朝阳分局出具(京朝)名称预核内字[2010]第0117438号《企业名称预先核准通知书》,预核准公司名称为“蓝色方略(北京)咨询有限公司”。

2010年9月7日,北京隆盛会计师事务所有限责任公司出具了隆盛验字(2010)第798号《验资报告》,验证截至2010年9月7日,方略有限(筹)已收到全体股东缴纳的注册资本(实收资本)合计50万元,其中罗坚以货币出资47.50万元,上海品牌以货币出资2.50万元。

2010年9月16日,方略有限经北京市工商行政管理局朝阳分局核准依法登记设立。

方略有限设立时的注册号为 110105013227812，经营范围为：经济贸易咨询；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议及展览服务；公共关系服务；企业策划；设计、制作、代理广告。

方略有限设立时的股东出资情况如下：

序号	股 东	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	罗坚	47.50	95.00	货币
2	上海蓝色光标品牌顾问有限公司	2.50	5.00	货币
合计		50.00	100.00	--

（2）2011 年 11 月，方略有限第一次股权转让

2011 年 11 月 11 日，方略有限召开股东会，全体股东一致同意罗坚将实缴的 47.50 万元货币出资转让给长春方略。长春方略为公司原股东罗坚实际控制的企业。

2011 年 11 月 11 日，罗坚与长春方略签订《出资转让协议书》。

2011 年 11 月 14 日，北京市工商行政管理局朝阳分局对上述股权转让事项准予变更登记。

至此，方略有限股东出资情况变更为：

序号	股 东	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	长春方略咨询有限公司	47.50	95.00	货币
2	上海蓝色光标品牌顾问有限公司	2.50	5.00	货币
合计		50.00	100.00	--

（3）2012 年 4 月，方略有限第一次增资

2012 年 3 月 20 日，方略有限召开股东会，全体股东一致同意：公司注册资本由 50 万元，增至 200 万元，以未分配利润转增注册资本。其中，股东长春方略以未分配利润增加注册资本 142.50 万元，上海品牌以未分配利润增加注册资本 7.50 万元。

2012 年 3 月 23 日，北京中齐信会计师事务所有限责任公司出具了中齐信验字(2012)第 005 号《验资报告》，验证截至 2012 年 1 月 3 日，已收到上海品牌和长春方略以未分配利润转增的注册资本合计 150 万元，其中长春方略以未分配利润 142.50 万元转增注册资本 142.50 万元，上海品牌以未分配利润 7.50 万元转增注册资本 7.50 万元。转增时方略有限已调整财务报表并进行相应的会计处理。

2012 年 4 月 27 日，北京市工商行政管理局朝阳分局对上述增资事项准予变更登记。

至此，方略有限股东出资情况变更为：

序号	股 东	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	长春方略咨询有限公司	190.00	95.00	货币、未分配利润
2	上海蓝色光标品牌顾问有限公司	10.00	5.00	货币、未分配利润
合计		200.00	100.00	--

（4）2013 年 4 月，方略有限第二次股权转让

2013 年 4 月 1 日，方略有限召开股东会，全体股东一致同意：长春方略将货币出资 52 万元、40 万元分别转让给上海品牌、上海励唐。转让方长春方略与受让方上海品牌、上海励唐不存在关联关系，上海品牌、上海励唐均为上市公司蓝色光标下属子公司。

2013 年 4 月 2 日，长春方略与上海品牌、上海励唐分别签订《出资转让协议书》用于工商变更。

此外，上海品牌、上海励唐、长春方略、方略有限共同签署《股权收购协议》，对本次股权转让的对价、支付方式等进行了细化约定。

2013 年 4 月 3 日，北京市工商行政管理局朝阳分局对上述股权转让事项准予变更登记。

至此，方略有限股东出资情况变更为：

序号	股 东	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	长春方略咨询有限公司	98.00	49.00	货币、未分配利润
2	上海蓝色光标品牌顾问有限公司	62.00	31.00	货币、未分配利润
3	上海励唐会展策划服务有限公司	40.00	20.00	货币、未分配利润
合计		200.00	100.00	--

说明：根据上海品牌、上海励唐、长春方略、方略有限共同签署的《股权收购协议》，本次长春方略向上海品牌、上海励唐转让的 52 万元、40 万元出资分别作价 2,210 万元、1,700 万元，每一出资额对应价格为 42.50 元。本次股权转让后，上市公司蓝色光标通过上海品牌、上海励唐控制方略有限 51% 股权。蓝色光标本次收购事项于 2013 年 4 月经其第二届董事会第二十八次会议审议通过。

本次股权转让签订的《股权收购协议》涉及估值调整及对赌条款，具体如下：

（1）第 3.2 条：蓝色方略初步估值 8,500 万元，上海品牌、上海励唐预计出资 3,910 万元受让长春方略所持 46% 蓝色方略股权，转让后，上海品牌、上海励唐共计持有蓝色方略 51% 股权；

（2）第 3.3 条：如果 2013 年经审计后的税后利润高于 1,150 万元（含），则本次

投资作价无需调整，即按照 3,910 万元作价执行；如果 2013 年经审计后的税后利润低于 1,150 万元（不含）同时高于 900 万元（含），则本次投资作价调整为：蓝色方略 2012 年经审计的税后利润*6 倍 P/E（市盈率）*46%；

（3）第 3.4 条：如果蓝色方略 2013 年度经审计的税后利润低于 900 万元（不含）或 2014 年度经审计的税后利润低于 500 万元（不含）或 2015 年经审计的税后利润低于 500 万元（不含），则上海品牌、上海励唐有权解除《股权收购协议》；

（4）第 5.1 条：作为本次投资的前提条件，长春方略对于蓝色方略在盈利承诺期间的税后利润数额、年利润增长率作出如下承诺：

a. 蓝色方略 2013 年税后利润不低于 1,150 万元；

b. 蓝色方略 2014 年税后利润不低于 2013 年经审计净利润的 120%和 1,380 万元二者孰低者；

c. 蓝色方略 2015 年税后利润不低于 2014 年审计净利润的 115%和 1,587 万元二者孰低者。

（5）第 5.2 条：如果目标公司在盈利承诺期期间，当年经审计的净利润未达到当年利润目标：

1) 如果 2013 年蓝色方略经审计的净利润低于 1,150 万元（不含），则按 2012 年经审计的税后利润*6 倍 P/E（市盈率）*46%对蓝色方略重新估值并进行相应处理；

2) 如果 2014 年和 2015 年蓝色方略经审计的净利润低于当年利润指标（不含），乙方同意按当年利润指标与经审计的当年净利润之间的差额向上海品牌、上海励唐或其指定的第三方支付补偿金；

3) 如果蓝色方略 2013 年度经审计的税后利润低于 900 万元（不含）或 2014 年度经审计的税后利润低于 500 万元（不含）或 2015 年经审计的税后利润低于 500 万元（不含），上海品牌、上海励唐有权解除《股权收购协议》。

针对估值调整条款，蓝色方略 2013 年度的净利润为 1,347.28 万元，高于《股权收购协议》约定的 1,150 万元，因此，本次股权收购作价无需调整，仍为 3,910 万元。

针对业绩承诺及补偿条款，2014 年 3 月，上海品牌、上海励唐收购蓝色方略剩余 49%股权时，上海品牌、上海励唐、长春方略、方略有限另行签署了《股权转让协议》，对 2013 年、2014 年、2015 年的业绩承诺及补偿条款进行了重新约定，并约定“本协议构成各方之间有关本协议主题事项的完整协议，并取代各方之前就本协议主题事项达成的所有口头和书面协议、备忘录和谅解”，因此，本次《股权收购协议》相关对赌条款

自 2014 年 3 月起被新签订的《股权转让协议》的相关条款所替代，不再有效。

(5) 2014 年 5 月，方略有限第三次股权转让

2014 年 3 月 31 日，方略有限召开股东会，全体股东一致同意：长春方略将实缴出资 98 万元转让给上海品牌。

2014 年 3 月 31 日，长春方略与上海品牌签订《出资转让协议书》用于工商变更。

此外，上海品牌、上海励唐、长春方略、方略有限共同签署《股权转让协议》，对本次股权转让的对价、支付方式等进行了细化约定。

2014 年 5 月 8 日，北京市工商行政管理局朝阳分局对上述股权转让事项准予变更登记。

至此，方略有限股东出资情况变更为：

序号	股 东	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	上海蓝色光标品牌顾问有限公司	160.00	80.00	货币、未分配利润
2	上海励唐会展策划服务有限公司	40.00	20.00	货币、未分配利润
合计		200.00	100.00	--

说明：根据上海品牌、上海励唐、长春方略、方略有限共同签署的《股权转让协议》，本次长春方略向上海品牌转让的 98 万元出资作价 6,601.70 万元，每一出资额对应价格约为 67.36 元。本次股权转让后，蓝色光标通过上海品牌、上海励唐控制方略有限 100% 股权。蓝色光标本次收购事项于 2014 年 3 月经其第三届董事会第二次会议审议通过并依法公告。

本次股权转让签订的《股权转让协议》涉及对赌条款，具体如下：

(1) 第 4.1 条：方略有限及长春方略向上海品牌承诺，方略有限将向上海品牌提供经上海品牌认可的具有证券从业资格会计师事务所按照中国企业会计准则出具的 2013 年度、2014 年度、2015 年度审计报告，并承诺 2014 年审计扣除非经常损益税后净利润（“2014 年审计净利润”或“A”）和 2015 年审计扣除非经常损益税后净利润（“2015 年审计净利润”或“B”）分别较上一年度审计净利润增长率不低于 20%，否则应按照《股权转让协议》第 4.2 条、第 4.3 条、第 4.4 条约定向上海品牌支付补偿价款或者回购股份。

(2) 第 4.2 条：长春方略同意，如果 $0.96C \leq A \leq 1.2C$ （ C =方略有限 2013 年审计扣除非经常损益税后净利润），则此时长春方略需向上海品牌退回的价款（即补偿价款） $=6601.70 \text{ 万元} - C * 8 * 49\%$ 。

(3) 第 4.3 条：长春方略同意，如果 $0.96A \leq B \leq 1.2A$ 且 $A \geq 1.2C$ 时，则此时长春方略需向上海品牌退回的价款（即补偿价款）=6601.70 万元- $C \times 8 \times 49\%$ 。

(4) 第 4.4 条：长春方略同意，如果 $A < 0.96C$ ，或 $B < 0.96A$ 时，则上海品牌均有权要求长春方略回购其持有公司 49% 的股权，长春方略届时的股权回购价格为 6601.70 万元。

(5) 第 4.5 条：长春方略同意，在上海品牌书面提出回购或被收购要求之后，方略有限或长春方略应在 20 个工作日内完成股权的回购付款义务和相应的工商变更。方略有限和长春方略不得以任何理由、任何方式阻碍或拒绝相关手续的办理和资金支付。

(6) 第 4.6 条：长春方略保证，如果上海品牌要求其回购上海品牌持有公司的 49% 的股权，则长春方略应促成方略有限的董事会同意该回购或收购，并签署一切必要的法律文件。如有违约，长春方略均应承担因此给上海品牌所造成的经济损失，并由长春方略对上海品牌进行赔偿。

上述条款中，第 4.2、4.3、4.4、4.6 均仅涉及由原股东长春方略承担对赌义务的约定，但第 4.1 条和第 4.5 条涉及由方略有限参与承担支付补偿价款或回购股份等义务的相关约定。

针对上述情况，公司、上海品牌、长春方略、上海励唐于 2015 年 9 月 30 日共同签署了《股权转让协议》之《补充协议》，一致同意豁免公司依据《股权转让协议》需承担的义务，具体如下：

(1) 将《股权转让协议》第 4.1 条修订为：长春方略向上海品牌承诺，将向上海品牌提供经上海品牌认可的具有证券从业资格会计师事务所按照中国企业会计准则出具的 2013 年度、2014 年度、2015 年度审计报告，并承诺公司 2014 年审计扣除非经常损益税后净利润（“2014 年审计净利润”或“A”）和 2015 年审计扣除非经常损益税后净利润（“2015 年审计净利润”或“B”）分别较上一年度审计净利润增长率不低于 20%，否则长春方略应按照《股权转让协议》第 4.2 条、第 4.3 条、第 4.4 条约定向受让方支付补偿价款或者回购股份。

(2) 将《股权转让协议》第 4.5 条修订为：长春方略同意，在上海品牌书面提出回购或被收购要求之后，长春方略应在 20 个工作日内完成股权的回购付款义务，并促使公司办理相应的工商变更等手续。转让方不得以任何理由、任何方式阻碍或拒绝资金支付。

(3) 自《补充协议》签署之日起，公司不再承担任何业绩承诺、股权回购、现金补

偿等责任，即公司不参与相关方在《股权转让协议》中的对赌，相关的对赌条款对公司不具有法律约束力，甲方也不能要求公司承担股权回购、现金补偿等责任。

(4) 如在公司向全国中小企业股份转让系统申请挂牌过程中，根据主管部门要求，需要终止、修改《股权转让协议》的其他条款，各方应配合作出相应的终止、修改。

至此，公司不再对长春方略与上海品牌之间的对赌约定承担任何义务。

对于长春方略与上海品牌之间的对赌约定，长春方略及其实际控制人罗坚已承诺自行承担对赌义务。相关义务的履行不涉及公司控制权发生变动，亦不会对公司经营造成重大不利影响。

2、方略股份设立及股权变动情况

(1) 2015年9月，方略股份设立

2015年7月15日，公司取得北京市工商行政管理局核发的（京）名称变核（内）字[2015]第0027749号《企业名称变更核准通知书》，核准股份公司名称为“北京蓝色方略整合营销顾问股份有限公司”。

2015年8月9日，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）对方略有限截至2015年6月30日的净资产进行审计并出具了编号为天职业字[2015]12482号的《审计报告》，根据该审计报告，截至2015年6月30日，方略有限净资产为16,042,987.68元。

2015年8月10日，沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具编号为沃克森评报字[2015]第0541号的《评估报告》，认定截至评估基准日2015年6月30日，方略有限净资产的评估价值为2,078.37万元。

2015年8月10日，方略有限召开临时股东会，全体股东一致同意作为发起人，以2015年6月30日为改制基准日，以经审计的账面净资产值16,042,987.68元按1:0.6233的比例折为股本1,000万元，每股面值1元（注册资本为1,000万元），剩余6,042,987.68元计入公司资本公积。

2015年8月25日，股份公司全体发起人依法召开了股份公司创立大会暨2015年第一次临时股东大会，通过了公司章程，选举了第一届董事会成员及第一届监事会非职工代表监事成员，并审核了公司筹办情况工作报告。

2015年8月25日，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具编号为天职业字[2015]11579号的《验资报告》，验证截至2015年6月30日，股份公司（筹）已收到全体股东以其拥有的方略有限的净资产折合的实收资本1,000万元整。

2015年9月6日，北京市工商行政管理局朝阳分局对股份公司核发了《企业法人营

业执照》，注册号为 110105013227812，方略股份正式成立。

股份公司设立时的股权结构如下：

序号	股 东	持股数额（股）	出资比例（%）	出资方式
1	上海蓝色光标品牌顾问有限公司	8,000,000	80.00	净资产折股
2	上海励唐会展策划服务有限公司	2,000,000	20.00	净资产折股
	合计	10,000,000	100.00	—

（2）2015 年 10 月，方略股份第一次增资

2015 年 9 月 10 日、2015 年 9 月 30 日，方略股份分别召开董事会、股东大会，通过《关于对霍尔果斯方略股权投资管理合伙企业（有限合伙）、霍尔果斯蓝标网众股权投资管理合伙企业（有限合伙）定向发行股票的议案》，同意对方略投资、蓝标投资定向发行股票 4,285,000 股，其中方略投资以货币 25,424,336.30 元认缴 2,856,667 股，蓝标投资以货币 12,712,163.70 元认缴 1,428,333 股。

2015 年 10 月 29 日，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具编号为天职业字[2015]14036 号的《验资报告》，验证截至 2015 年 10 月 28 日，股份公司已收到方略投资、蓝标投资缴纳的注册资本 4,285,000 元，其余计入资本公积。

2015 年 10 月 26 日，北京市工商行政管理局朝阳分局对上述股权转让事项准予变更登记。

本次增资后，方略股份的股份结构如下：

序号	股 东	持股数额（股）	出资比例（%）	出资方式
1	上海蓝色光标品牌顾问有限公司	8,000,000	56.00	净资产折股
2	上海励唐会展策划服务有限公司	2,000,000	14.00	净资产折股
3	霍尔果斯方略股权投资管理合伙企业（有限合伙）	2,856,667	20.00	货币
4	霍尔果斯蓝标网众股权投资管理合伙企业（有限合伙）	1,428,333	10.00	货币
	合计	14,285,000	100.00	-

说明：本次股票的发行价格为 8.90 元/股，由原股东及发行对象在综合考虑历次增资价格的基础上协商确定。本次股票的股份转让限制规定详见本节之“二、挂牌股份的基本情况”之“2、股东所持股份的限售安排”。

（二）子公司自设立以来的股权变动情况

1、盛世鸿天

(1) 2011年3月，盛世鸿天成立

2011年3月2日，盛世鸿天即北京盛世鸿天会展服务有限公司经北京市工商行政管理局朝阳分局核准依法登记设立。盛世鸿天设立时注册资本为100万元，全部为货币出资，由方略有限出资99万元，自然人王政出资1万元。盛世鸿天设立时的注册号为110105013227812，经营范围为：会议及展览服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；家居装饰及设计；设计、制作广告；翻译服务；礼仪服务；婚姻服务（不含涉外婚姻）；租赁舞台灯光设备；租摆花卉；企业策划；经济贸易咨询；计算机技术培训。

2011年2月28日，北京润鹏冀能会计师事务所出具了京润（验）字[2011]-204265号《验资报告》，验证截至2011年2月28日，盛世鸿天（筹）已收到全体股东缴纳的注册资本（实收资本）合计100万元，各股东均以货币出资。

盛世鸿天设立时股东出资情况如下：

序号	股 东	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	蓝色方略（北京）咨询有限公司	99.00	99.00	货币
2	王政	1.00	1.00	货币
	合计	100.00	100.00	--

(2) 2013年9月，盛世鸿天第一次股权转让

2013年9月10日，盛世鸿天召开股东会，全体股东一致同意王临舟（即王政，变更了姓名）将所持盛世鸿天1万元出资转让给方略有限。

2013年9月10日，王临舟（王政，变更了姓名）与方略有限签署《股权转让协议书》。

2013年9月30日，北京市工商行政管理局朝阳分局对上述股权转让事项准予变更登记。

至此，盛世鸿天股东出资情况变更为：

序号	股 东	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	蓝色方略（北京）咨询有限公司	100.00	100.00	货币
	合计	100.00	100.00	--

2、湃杰广告

(1) 2000年12月，湃杰广告成立

2000年12月15日，上海奇圣电脑科技有限公司（湃杰广告前身）经上海市工商行政管理局松江分局核准依法登记设立。湃杰广告设立时注册资本为50万元，全部为货

币出资，分别由自然人葛亥渊、龚皓出资 30 万元、20 万元。湃杰广告设立时的注册号为 3102272041570，经营范围为：计算机领域四技服务、商务咨询、摄影服务。

2000 年 12 月 14 日，上海兴中会计师事务所出具了兴验内字 2000-1753 号《验资报告》，验证截至 2000 年 12 月 14 日，湃杰广告（筹）已收到全体股东缴纳的注册资本（实收资本）合计 50 万元，各股东均以货币出资。

湃杰广告设立时股东出资情况如下：

序号	股 东	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	葛亥渊	30.00	60.00	货币
2	龚皓	20.00	40.00	货币
合计		50.00	100.00	—

（2）2010 年 3 月，湃杰广告第一次股权转让

2010 年 2 月 25 日，龚皓与葛亥渊签署《股权转让协议书》，约定：龚皓将所持有的湃杰广告 40%的股权作价 20 万元转让给葛亥渊。

2010 年 2 月 25 日，湃杰广告召开股东会，全体股东一致同意上述股权转让事宜。

2010 年 3 月 11 日，上海市工商行政管理局松江分局对上述股权转让事项准予变更登记。

至此，湃杰广告股东出资情况变更为：

序号	股 东	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	葛亥渊	50.00	100.00	货币
合计		50.00	100.00	—

（3）2011 年 3 月，湃杰广告第二次股权转让

2011 年 3 月 8 日，葛亥渊与方略有限签署《股权转让协议书》，约定：葛亥渊将所持有的湃杰广告 20%的股权作价 10 万元转让给蓝色方略（北京）咨询有限公司。

2011 年 3 月 8 日，湃杰广告召开股东会，全体股东一致同意上述股权转让事宜。

2011 年 3 月 17 日，上海市工商行政管理局松江分局对上述股权转让事项准予变更登记。

至此，湃杰广告股东出资情况变更为：

序号	股 东	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	葛亥渊	40.00	80.00	货币
2	蓝色方略（北京）咨询有限公司	10.00	20.00	货币
合计		50.00	100.00	—

（4）2011 年 6 月，湃杰广告第三次股权转让

2011年5月31日，葛亥渊与方略有限签署《股权转让协议书》，约定：葛亥渊将所持有的湃杰广告80%的股权作价0元转让给方略有限。

2011年5月31日，湃杰广告召开临时股东会，全体股东一致同意上述股权转让事宜。

2011年6月8日，上海市工商行政管理局松江分局对上述股权转让事项准予变更登记。

至此，湃杰广告股东出资情况变更为：

序号	股 东	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	蓝色方略（北京）咨询有限公司	50.00	100.00	货币
	合计	50.00	100.00	—

说明：本次股权转让以湃杰广告截至2010年12月31日的净资产（-477,952.58元）为参考依据，确定为0元。

3、芒果树园

(1) 2013年3月，芒果树园成立

2013年3月27日，芒果树园即芒果树园（北京）商贸有限公司经北京市工商行政管理局朝阳分局核准依法登记设立。芒果树园设立时注册资本为50万元，全部为货币出资，由方略有限出资50万元。芒果树园设立时的注册号为110105015734988，经营范围为：批发预包装食品（食品流通许可证有效期至2016年03月19日）。

2013年3月26日，北京中齐信会计师事务所有限公司出具了中齐信会验字(2013)第002号《验资报告》，验证截至2013年1月9日，芒果树园（筹）已收到全体股东缴纳的注册资本（实收资本）合计50万元，各股东均以货币出资。

芒果树园设立时股东出资情况如下：

序号	股 东	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	蓝色方略（北京）咨询有限公司	50.00	100.00	货币
	合计	50.00	100.00	—

芒果树园自设立以来未发生过股权转让、增资等股权变动情况。

4、拉萨方略

(1) 2013年4月，拉萨方略成立

2013年4月10日，拉萨方略即拉萨蓝色方略信息咨询有限公司经拉萨经济技术开发区工商行政管理局核准依法登记设立。拉萨方略设立时注册资本为50万元，全部为货币出资，由方略有限出资50万元。拉萨方略设立时的注册号为540091100001605，经

营范围为：科技信息咨询、会计信息咨询、经济贸易咨询；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议及展览服务；公共关系服务；企业策划；设计、制作广告。（上述经营范围中，国家法律、行政法规和国务院决定规定必须报经批准的，凭许可证在有效期内经营。）。

2013年3月26日，西藏中融汇会计师事务所有限公司出具了藏中汇验字[2013]第054号《验资报告》，验证截至2013年3月26日，拉萨方略（筹）已收到全体股东缴纳的注册资本（实收资本）合计50万元，全部以货币出资。

拉萨方略设立时股东出资情况如下：

序号	股 东	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	蓝色方略（北京）咨询有限公司	50.00	100.00	货币
	合计	50.00	100.00	—

拉萨方略自设立以来未发生过股权转让、增资等股权变动情况。

5、蓝海旅行

2013年3月19日，蓝海旅行即蓝海腾悦（北京）旅行社有限公司经北京市工商行政管理局朝阳分局核准依法登记设立。蓝海旅行设立时注册资本为50万元，全部为货币出资，由方略有限出资50万元。蓝海旅行设立时的注册号为110105015703094，经营范围为：国内旅游业务；入境旅游业务。蓝海旅行拟开展的旅行社业务已于2013年3月7日取得北京市旅游发展委员会核发的《旅行社业务经营许可证》，许可文号：京旅发（2013）49号，证件号码：L-BJ01365。

2013年1月9日，北京中齐信会计师事务所有限公司出具了中齐信会验字（2013）第003号《验资报告》，验证截至2013年1月9日，蓝海旅行（筹）已收到全体股东缴纳的注册资本（实收资本）合计50万元，全部以货币出资。

蓝海旅行设立时股东出资情况如下：

序号	股 东	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	蓝色方略（北京）咨询有限公司	50.00	100.00	货币
	合计	50.00	100.00	—

蓝海旅行自设立以来未发生过股权转让、增资等股权变动情况。

（三）公司设立以来重大资产重组情况

公司自设立以来无重大资产重组情况。

五、公司董事、监事、高级管理人员基本情况

公司现任的董事、监事、高级管理人员如下表：

机构	姓名	职务	产生方式	任期
董事会	罗坚	董事长	股东大会选举	2015.8.25-2018.8.24
	毛宇辉	董事	股东大会选举	2015.8.25-2018.8.24
	张东	董事	股东大会选举	2015.8.25-2018.8.24
	夏志卫	董事	股东大会选举	2015.8.25-2018.8.24
	王伟	董事	股东大会选举	2015.8.25-2018.8.24
监事会	李莉	监事会主席	股东大会选举	2015.8.25-2018.8.24
	聂娜	监事	股东大会选举	2015.8.25-2018.8.24
	王诗文	职工监事	职工代表大会选举	2015.8.25-2018.8.24
高级管理人员	罗坚	总裁	董事会聘任	2015.8.25-2018.8.24
	杨季	副总裁、董事会秘书	董事会聘任	2015.8.25-2018.8.24
	张力珍	财务总监	董事会聘任	2015.8.25-2018.8.24

（一）公司董事

1、罗坚，男，1968年10月出生，中国籍，无境外永久居留权，汉族。1990年7月毕业于上海交通大学，获工业与民用建筑专业学士学位；2010年毕业于中国人民大学，获社会学硕士学位。2000年7月至2010年6月，于紫天鸿市场服务集团任总裁；2010年9月至2015年8月于有限公司任总裁（总经理）。2015年8月至今，于股份公司任董事长、总裁（总经理），任期三年。

此外，罗坚目前还在子公司盛世鸿天、蓝海旅行任执行董事、总经理，在子公司芒果树园担任总经理，在子公司拉萨方略担任执行董事，在蓝色光标担任监事会主席，在活动树（北京）科技有限公司担任执行董事、总经理，在活动树信息技术（北京）有限公司担任执行董事，在长春方略咨询有限公司担任执行董事、总经理，在方略投资担任执行事务合伙人，在北京奇迹天地体育发展有限公司担任监事，在境外公司活动树集团（香港）有限公司、活动树集团有限公司、罗坚控股有限公司担任董事长。

2、毛宇辉，男，1972年10月出生，中国籍，无境外永久居留权，满族。1995年9月毕业于中国石油大学，本科学历。1995年9月至1998年3月，于中石化咨询公司任客户主任；1998年3月至1999年6月，于美国邓白氏咨询公司任客户经理；1999年6月至今，于蓝色光标历任客户经理、客户副总监、客户总监、高级副总裁、公共关系机

构总裁、传播集团总裁等。2015年8月至今，于股份公司任董事，任期三年。

此外，毛宇辉目前还在北京东方传通广告有限公司担任执行董事、总经理，在西藏山南东方博杰广告有限公司、精准阳光（北京）传媒广告有限公司担任董事、总经理，在上海蓝色光标公关服务有限公司、广州蓝色光标市场顾问有限公司、北京今久广告传播有限责任公司、上海易络客网络技术有限公司担任董事，在北京蓝色天幕传媒广告有限公司、天津合创视际广告有限公司担任董事长，在上海精准阳光文化传播有限公司、北京飞鸟创想公关顾问有限公司担任执行董事，在上海蓝色光标公关服务有限公司、广州蓝色光标市场顾问有限公司、北京今久广告传播有限责任公司、上海易络客网络技术有限公司担任董事。

3、张东，男，1976年9月出生，中国籍，无境外永久居留权，汉族，中国及美国注册会计师。1999年7月毕业于中国人民大学财政税收专业，获学士学位。1999年8月至2010年12月，于普华永道会计师事务所任审计部高级经理；2011年7月至2013年8月，于品友互动信息技术有限公司任财务副总裁；2013年9月至今，于蓝色光标任财务总监。2015年8月至今，于股份公司任董事，任期三年。

此外，张东目前还在北京捷报数据技术有限公司担任董事。

4、夏志卫，男，1960年12月出生，中国籍，无境外永久居留权，汉族。1983年7月毕业于北京大学世界历史专业，获学士学位；1991年10月至1992年9月期间，于美国国际管理研究生院国际管理方向进修。1983年9月至1988年7月，于北京大学分院历史系任助教；1988年10月至1996年9月，于美国 Scenic World 公司历任客户经理、商务总监；1996年10月至1998年7月，于北京麦肯光明广告公司任客户部高级客户经理；1998年8月至1999年3月，于西门子（中国）有限公司任公关广告部广告经理；1999年4月至2000年7月，于上海灵狮广告有限公司北京办事处客户部任客户总监；2001年8月至2007年2月，于北京海天网联公关顾问公司任副总裁；2007年4月至2009年3月，于恒瑞行传播集团任副总裁；2009年至今，于蓝色光标集团总裁办任助理总裁。2015年8月至今，于股份公司任董事，任期三年。

此外，夏志卫目前还在北京蓝色光标娱乐传媒咨询有限公司担任执行董事、总经理，在精准阳光（北京）传媒广告有限公司、上海蓝色光标公关服务有限公司、北京博看文思科技有限责任公司担任董事，在北京今久广告传播有限责任公司、蓝色光标电子商务（上海）有限公司、西藏山南东方博杰广告有限公司、上海能因博知品牌管理有限公司、天津合创视际广告有限公司担任监事。

5、王伟，男，1973年6月出生，中国籍，无境外永久居留权，汉族。1994年7月毕业于西安交通大学低温工程专业，获工学学士学位；2007年1月毕业于清华大学EMBA专业，获工商管理硕士学位；2015年6月毕业于中国人民大学金融学专业，获金融学博士学位。1994年7月至1996年3月，于北京威克瑞电线电缆有限公司任销售经理；1996年3月至1997年10月，于康柏电脑(中国)有限公司任产品市场经理；1997年10月至2008年5月于微软(中国)有限公司任北方新区总经理；2008年5月至今，于北京东方永泰投资管理有限公司任总裁。2015年8月至今，于股份公司任董事，任期三年。

(二) 公司监事

1、李莉，女，1970年3月出生，中国籍，无境外永久居留权，汉族。1992年7月毕业于山西医学院临床医学系，本科学历；2014年9月至今，于中国科学院心理研究所心理治疗专业进修。2002年2月至2003年12月，于北京第一视讯公关公司任副总经理；2006年8月至2009年7月，于蓝色光标任客户总监；2012年7月至今，于有限公司任第一事业部总经理；2015年8月至今，兼任股份公司监事会主席，任期三年。

2、聂娜，女，1985年1月出生，中国籍，无境外永久居留权，汉族。2008年7月毕业于东北农业大学广播电视新闻系，本科学历。2009年至2011年于北京兴旅国际会展有限公司任项目经理；2011年至2012年，于北京豪艺博雅企业经营策划有限公司任高级客户经理；2012年7月至今，于公司任客户总监。2015年8月至今，兼任股份公司监事，任期三年。

3、王诗文，女，1988年8月出生，中国籍，无境外永久居留权，汉族。2010年7月毕业于吉林农业大学经济管理专业，本科学历。2011年3月至2013年4月，于北京肥得捞餐饮有限公司任人力资源专员；2013年4月至今，于有限公司从事人力行政工作。2015年8月至今，兼任股份公司职工代表监事，任期三年。

(三) 公司高级管理人员

1、罗坚，公司总裁(总经理)，详见本说明书“第一节 基本情况”之“五、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”之“(一) 公司董事”。

2、杨季，男，1976年2月出生，中国籍，无境外永久居留权，汉族。1999年7月毕业于中国科学技术大学计算机专业，本科学历。1999年7月至2004年5月，于联想集团任消费市场部经理；2004年5月至2007年12月，于紫天鸿市场服务集团任总裁助理；2007年12月至2010年5月，于北京弈达正略营销顾问有限公司任副总经理；2010年5月至2015年8月，于有限公司任副总裁。2015年8月至今，于股份公司任副总裁、

董事会秘书，任期三年。

3、张力珍，女，1975年10月出生，中国籍，无境外永久居留权，汉族。1998年7月毕业于北京理工大学会计学专业，本科学历。2008年4月至2010年12月，于蓝色光标旗下品牌蓝标数字任财务经理；2011年1月至2015年4月，于蓝色光标旗下品牌智扬、博思瀚扬任财务负责人；2015年4月至2015年8月，于有限公司任财务总监（财务负责人）；2015年8月至今，于股份公司任财务总监（财务负责人），任期三年。

六、公司最近两年及一期的主要会计数据及财务指标

项目	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产总计（万元）	7,541.76	5,389.78	3,312.05
股东权益合计（万元）	2,074.01	2,994.39	2,053.76
归属于申请挂牌公司的股东权益合计（万元）	2,074.01	2,994.39	2,053.76
每股净资产（元/股）	10.37	14.97	10.27
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元/股）	10.37	14.97	10.27
资产负债率（%）（母公司）	74.94	55.04	28.28
流动比率（倍）	1.37	2.23	2.61
速动比率（倍）	1.37	2.23	2.61
项目	2015年1-6月	2014年度	2013年度
营业收入（万元）	6,610.07	10,151.71	6,600.86
净利润（万元）	679.61	1,740.64	1,347.28
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	679.61	1,740.64	1,347.45
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	656.51	1,587.43	1,345.91
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（万元）	656.51	1,587.43	1,346.08
毛利率（%）	40.76	39.32	44.06
净资产收益率（%）	20.38	72.81	97.64
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	19.69	66.40	97.54
基本每股收益（元/股）	3.40	8.70	6.74
稀释每股收益（元/股）	3.40	8.70	6.74
应收账款周转率（次）	1.49	3.81	3.78
存货周转率（次）	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-390.39	1,313.90	1,144.60
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-1.95	6.57	5.72

注：1、净资产收益率、每股收益两项指标计算公式引用中国证监会颁布的《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算与披露》，每股净资产、每股经营活动产生的现金流量净额两项指标以各期末实收资本（或股本）为基础计算。2、主要财务指标分析

见本说明书“第四节. 公司财务”之“二、最近两年及一期的主要财务指标分析”。3、依据公司股份改制后的股本 1,000 万股，2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 6 月 30 日，公司每股净资产分别为 2.05 元/股、2.99 元/股、2.07 元/股，归属于申请挂牌公司股东的每股净资产分别为 2.05 元/股、2.99 元/股、2.07 元/股；2013 年度、2014 年度、2015 年 1-6 月，公司基本每股收益分别为 1.35 元/股、1.74 元/股、0.68 元/股，稀释每股收益分别为 1.35 元/股、1.74 元/股、0.68 元/股；每股经营活动产生的现金流量净额分别为 1.14 元/股、1.31 元/股、-0.39 元/股。

七、与本次挂牌相关的机构情况

主办券商	申万宏源证券有限公司
法定代表人	李梅
住所	上海市徐汇区长乐路 989 号 45 层
联系电话	021-33389888
传真	021-54043534
项目小组负责人	胡晓明
项目小组成员	胡晓明、沈鑫刚、施妍
律师事务所	北京市时代九和律师事务所
负责人	黄昌华
住所	北京市西城区宣武门外大街甲 1 号
联系电话	010-59336116
传真	010-59336118
签字执业律师	孙春杰、李永旭
会计师事务所	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	陈永宏
住所	北京市海淀区车公庄西路 19 号外文文化创意园 12 号楼
联系电话	010-88827799
传真	010-88018737
签字注册会计师	王玥、张琼
资产评估机构	沃克森（北京）国际资产评估有限公司
法定代表人	郑少洋
住所	北京市海淀区车公庄西路 19 号外文文化创意园 12 号楼
联系电话	010-88018767
传真	010-88019300
签字注册资产评估师	李文军、娄旭
证券登记结算机构	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
办公地址	北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层
联系电话	010-58598980
传真	010-58598977

股票交易机构	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
办公地址	北京市西城区金融大街丁 26 号金阳大厦
联系电话	010-63889512
传真	010-63889674

第二节 公司业务

一、公司主要业务、产品、服务及功能

（一）主要业务

公司是中国第一家上市公关公司蓝色光标旗下独立品牌，是目前国内最大的活动营销服务机构之一。公司以追求完美创意为活动策划理念，以追求极致高效为活动执行原则，以追求有效整合为活动资源配置方式，结合多年积累的活动营销经验、优质客户等资源，以大型活动、会议的策划管理为主要服务，配合展览展示、客户关怀、商务旅行等细分专业服务，构建以事件营销为核心的活动营销整合服务平台。

公司的主要业务线下活动营销服务（除房地产行业），主要包含线下活动创意策划、活动全程执行等内容。公司通过活动营销服务整合有效的资源，为TMT、汽车、文化传媒、快消等企业客户策划大型活动而迅速提高客户及其品牌知名度、美誉度和影响力，最终促进客户产品的销售。公司的活动营销服务是以企业品牌塑造、产品诉求推介、销售商情传递为目的，达成产品促销、提升品牌和增加利润，以品牌或产品发布会、推介会、路演、展会等线下活动为载体的营销模式。客户通过举办产品推介会、发布会、路演、促销活动、展会、赞助各类赛事论坛、系列主题活动等各类活动，可以提升企业的媒体关注度和消费者体验与沟通。而公司则可以通过介入活动的策划和执行过程，为客户打造力求完美的大型营销活动，从而提升体验式营销的效果，并获取自身的收入、利润和现金流。

公司客户以全球和国内中高端企业为主，客户领域覆盖TMT、汽车、文化传媒、快消等诸多领域，具体如下：



随着科技的发展，信息日益呈现出碎片化、互动化等特征，人们获取和传递信息的方式和习惯发生了巨大变化，社会群体的需求呈现出分散化特点。以单向传播为主导的媒体营销模式和广告营销模式已远远不能满足客户的营销诉求，信息传播者需要选择更为有效的方式来实现营销目标。而公众对传统媒体和广告的怀疑态度日益增强，形形色色的虚假广告屡见不鲜，广告和媒体公信力日渐下降。活动营销模式正是在此背景下应运而生。

活动营销与广告营销、媒体营销是目前营销的主要手段，对比情况如下：

项目	广告营销	媒体营销	活动营销
营销载体	大众传媒	大众传媒	特定活动
信息传递	单向	单向	双向
目标受众	广泛、分散	广泛、分散	精准
受众体验	相对较弱	相对较弱	强烈、直观、互动、多层次
营销效果	知名度	知名度、美誉度	认知度、美誉度、忠诚度

活动营销作为一种以活动为形式载体、融合多种营销手段的新兴营销方式，更加注重情感的置入、交流及互动，激发受众的参与感和体验感，帮助其理解、认同企业及其产品和品牌所倡导的核心价值理念，具有情感互动丰富及营销效果精准的优势。活动营销能有效地提升品牌的认知度、美誉度和忠诚度，在满足客户精准化营销和体验式营销需求方面具有独特优势。近年来，活动营销凭借良好的应用效果日益成为企业在营销过程中重要的营销手段之一。

从消费者角度来看，活动营销模式使消费者接收产品讯息的方式由被动接收变为主动参与，消费者通过直接参与活动进行产品体验，可以更直接的了解产品和品牌信息；从企业角度来看，活动营销模式可以让企业直接与目标消费者进行零距离的现场互动，

企业以最直接的方式向消费者推广产品并实时获取消费者的消费需求和反馈。因此，活动营销的传播达到率更高，效果更好，更有利于企业将产品信息和品牌信息传递给有效目标受众，并最终达到促进销售的目的。

公司2013年、2014年、2015年1-6月的营业收入分别为6,600.86万元、10,151.71万元、6,610.07万元，其中主营业务收入占比均为100%，主营业务明确、突出。

（二）主要产品、服务及功能

1、活动营销服务

所谓的活动营销是指企业通过介入重大的社会活动或整合有效的资源策划大型活动而迅速提高企业及其品牌知名度、美誉度和影响力，促进产品销售的一种营销方式。公司提供的活动营销服务，主要是指为有活动营销需求的客户提供活动创意策划、活动全程执行等与活动营销相关、以活动形式为载体的相关服务，从而提升客户的品牌影响力或促进客户产品的销售的一种服务模式。

活动营销服务一般包括活动策划阶段、活动执行阶段、活动后期阶段。活动策划阶段一般包括前期规划、策略制定、视觉设计、细节创意、预算制定等内容；活动执行阶段一般包括活动组织、场地布置、活动实施、活动协调等内容；活动后期阶段一般包括费用决算、总结报告等内容。

公司提供的活动营销服务，在强调受众群的体验感受的同时，通过活动达到客户品牌信息的有效传递，让受众群对客户品牌产生固定、深刻的记忆印记。

部分经典活动营销案例展示：

■ 2014： 华为Mate7新品发布会



■ 2014：华谊兄弟20周年庆典



■ 2014：索尼春季新品发布峰会



■ 2014：美丽说粉丝见面会



■ 2014：（北京现代）北京马拉松



■ 2013：联想K900发布会

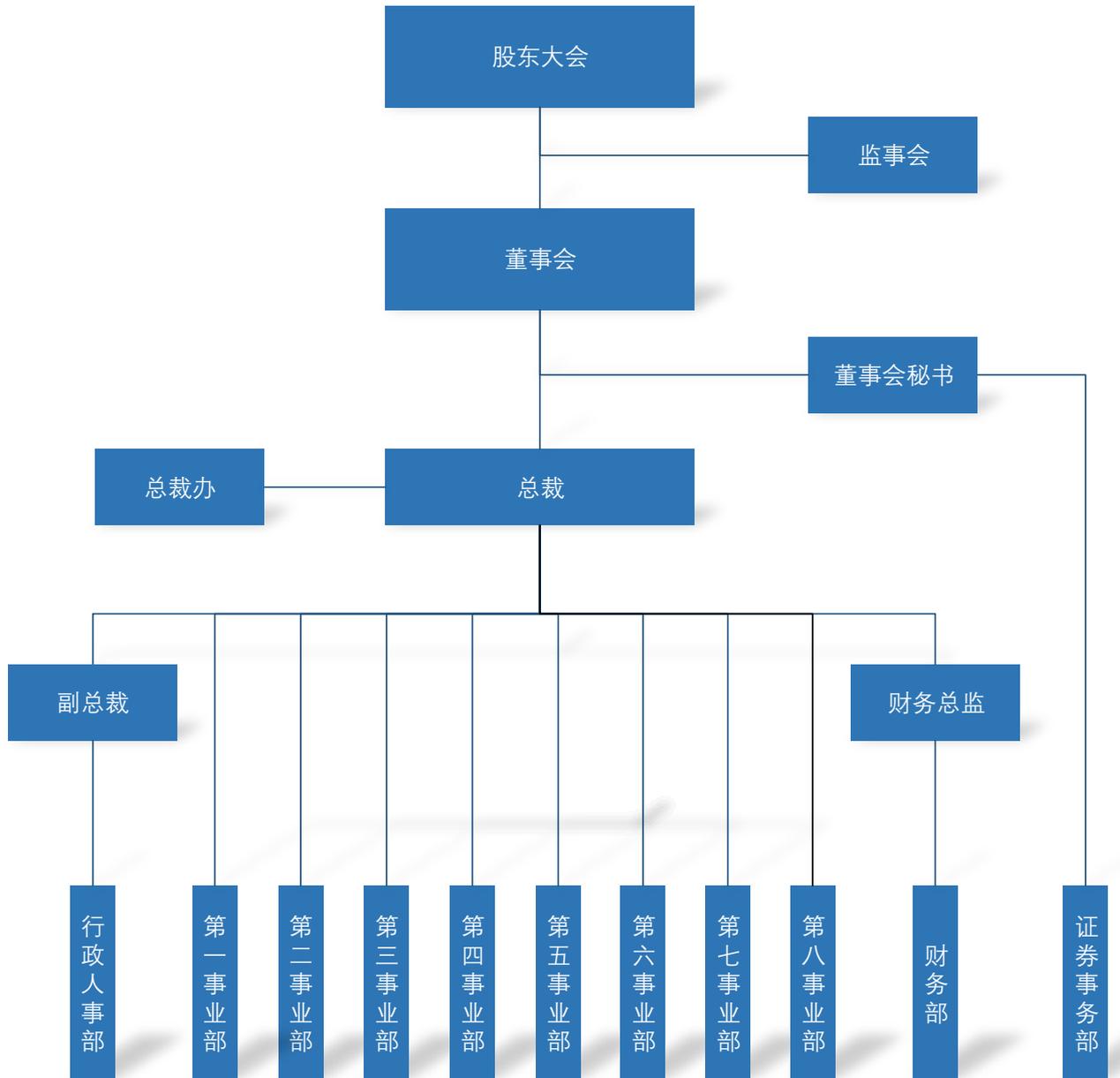


2、活动礼品销售

公司在提供活动整合营销服务过程中，也根据客户的需求销售部分活动礼品。公司销售的主要为工艺品等活动现场所需礼品，是为配合活动整合营销服务而提供，除活动营销服务相关礼品外，公司不单独开展礼品销售业务。

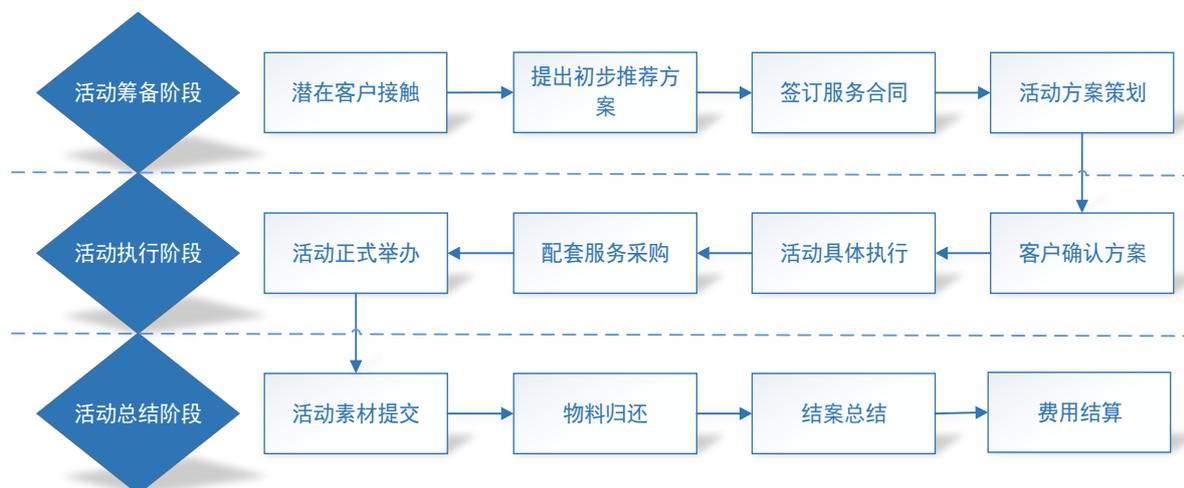
二、公司组织结构、生产或服务流程及方式

（一）公司内部组织结构



(二) 公司的主要业务流程

公司活动营销服务流程主要包括活动筹备阶段、活动执行阶段、活动总结阶段，具体如下：



活动筹备阶段：公司业务人员与潜在客户进行接触，就客户需求、服务报价、合同条款等达成意向，并提交初步方案，初步方案得到客户认可后，公司与客户正式签订服务合同。随后，公司业务人员与客户进行反复沟通，深度理解客户需求和理念，据此制定时间表、特色规划、环节设置、场地规划、物料规划等具体方案，并提交方案文稿给客户。

活动执行阶段：客户认可公司的活动策划方案后，公司根据制定的方案启动活动执行工作，如购买所需物料或劳务、收集嘉宾信息、发出会议邀请、组织活动彩排等，涉及场地搭建、灯光音响设备租赁、摄影摄像、视频制作、演艺人员及监制等项目的，公司组织配套服务的采购，各类活动要素到位后，正式举办活动并参与活动现场的管理。

活动总结阶段：活动正式举办后，公司将根据客户的需求，提交活动视频、活动照片等素材，并将剩余物资返还给客户。公司一般还会制定结案报告，对整体项目工作作出分析总结，并与客户结算费用。

三、公司业务相关的关键资源要素

（一）公司服务的核心技术

1、独创的三次策划创意体系

公司独创“三次策划创意体系”，将一场大型营销活动分为三个阶段：（1）活动规划阶段，即根据客户的传播与沟通诉求，制定最符合需求的营销活动方向，综合考虑其活动营销的时间、地域、目标受众、预算等要素，该阶段是一场活动存在与否的关键阶段；（2）概念策划阶段，即根据活动面向的受众群体，策划活动主题和概念，并综合考虑活动概念的内涵与外延，以便为活动呈现精彩的内容与过程制定明确的创意方向，并有效吸引受众群体的热情参与，该阶段是一场活动成功与否的关键阶段；（3）细节策划

阶段，即活动策划的具体设计阶段，包括活动流程的策划、视觉效果设计、细节创意策划等活动执行阶段的具体设计，该阶段是一场活动精彩与否的关键阶段。三次策划创意体系使得公司活动营销服务涵盖活动的全过程，从整体到细节的创意无限使得公司在同行业公司中脱颖而出。

2、早期介入决策模式

公司采用早期介入决策的模式，从活动需求最初萌发的时点即注入自身的创意理念和经验策划，协助客户制定贴身适用的活动规划，全方位地策划和布局一场活动的起始，保证一场活动的创意性、完整性、流畅性，提升活动附加值。

3、强大的资源整合能力

一场完美的活动可能涉及政府资源、场地资源、明星资源等多种外部因素，公司经过多年的发展，客户涵盖 TMT、汽车、文化传媒、数码、快消等诸多领域，积累了诸多的资源要素，能够为一场活动整合最有效的资源，从而吸引最瞩目的目光，达到活动营销应有的效果。

4、数十年实战经验的执行团队

公司活动执行团队具备专业和经验，能够让每一次活动充满惊喜的同时保障细节的质量。

（二）公司的无形资产

顶级域名

序号	域名	域名所有者	有效期	最近一期末账面价值（元）
1	bluestrategy.com.cn	蓝色方略	2010-9-13 至 2018-9-13	0

公司域名均为原始取得，公司不存在因侵犯他人知识产权而受到起诉或处罚的情形。公司不存在其他单位的职务发明、侵犯他人知识产权、竞业禁止等问题，亦不存在需要依赖他方合作开发知识产权的情况，不会由此影响公司资产、业务的独立性。截至本说明书签署日，公司不存在知识产权纠纷的诉讼或仲裁。

（三）取得的业务许可资格、资质或荣誉情况

序号	证书名称	证书编号/许可文号	公司	发证日期	有效期
1	旅行社业务经营许可证	京旅发[2013]49号	蓝海旅行	2015-7-21	-
2	食品流通许可证	SP110105130240137	芒果树园	2014-4-22	2013-3-20

					至 2016-3-19
3	对外贸易经营者备案登记表	01720698	芒果树园	2014-6-23	-
4	海关进出口货物收发货人报关注册登记证书	1105968029	芒果树园	2013-11-6	2013-11-6 至 2016-11-6
5	自理报检单位备案登记证明书	1100632234	芒果树园	2013-11-6	-

此外，公司于 2012 年荣获中国会议产业年度大奖——华表奖的“最佳绿色专业会议公司”奖项，2014 年以“蓝色光标活动管理集团”（公司对外的虚拟机构名称）的身份荣获“2014 年度最佳会议活动公司”等奖项。

（四）公司重要固定资产

公司固定资产以办公及电子设备为主，这些固定资产均在公司日常经营过程中正常使用，状态良好。公司主要经营用固定资产使用年限均未满，尚在使用年限内，不影响公司的持续经营。

截至 2015 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下：

类别	原值（元）	净值（元）	成新率（%）
办公及电子设备	627,059.20	299,165.27	47.71
合计	627,059.20	299,165.27	47.71

（五）公司员工情况

1、员工人数及结构

截至 2015 年 9 月 30 日，与公司签订劳动合同的员工总数为 204 人，具体如下：

按年龄划分		
年龄段	人数	比例
40 岁及以上	9	4.42%
30-39 岁	65	31.87%
18-29 岁	130	63.73%
合计	204	100.00%
按专业结构划分		
职能	人数	比例
管理人员	2	0.98%
业务人员	192	94.12%

财务人员	4	1.96%
行政人事人员	6	2.95%
合计	204	100.00%
按学历划分		
学 历	人 数	比 例
硕士	6	2.95%
本科	151	74.02%
大专	44	21.57%
高中及以下	3	1.47%
合计	204	100.00%

公司定位为服务型企业，属于轻资产运营模式，人员中以服务型业务人员为主，符合产业特点。公司资产、人员与业务相匹配。

2、公司核心业务人员简历情况

曾振宇，男，1978年2月出生，中国籍，无境外永久居留权，汉族。2001年7月毕业于北京工业大学计算机软件开发专业，本科学历。2001年7月至2002年3月，于北京清科锐华软件有限公司任网络部主管；2002年4月至2004年3月，于汉王科技股份有限公司任市场部经理；2004年4月至2010年8月，于北京盛唐传扬公关顾问有限公司任活动部总监；2010年9月至今，于蓝色方略任第二事业部总经理。

房悦，男，1985年4月出生，中国籍，无境外永久居留权，汉族。2007年7月毕业于空军指挥学院计算机系，本科学历。2007年7月至2010年3月，于北京盛世鸿天市场顾问有限公司任客户总监；2010年3月至2010年10月，于北京盛世鸿天会展服务有限公司任副总经理；2010年10月至今，于蓝色方略任事业部总经理。

葛亥渊，男，1977年10月出生，中国籍，无境外永久居留权，汉族。1998年7月毕业于上海华山艺术学院建筑及室内设计专业，大专学历。2000年12月至今，于湃杰广告历任创意总监、总经理。

廖新华，男，1981年10月出生，中国籍，无境外永久居留权，汉族。2003年7月毕业于北京城市学院，大专学历。2003年10月至2014年12月，于蓝色光标历任第一事业部客户经理、活动部高级客户经理、活动部客户副总监、新事业群组客户总监；2015年1月至今，于蓝色方略任事业部总经理。

路璐，女，1974年12月出生，中国籍，无境外永久居留权，汉族。1995年7月毕业于成都电子科技大学办公自动化专业，大专学历。1995年7月至1997年6月，于王

府井百货股份有限公司从事采购工作；1997年7月至2001年6月，于北京伊藤忠华糖综合加工有限公司从事采购工作；2004年1月至2012年1月，创立芒果树资讯（北京）有限责任公司；2012年1月至今，于蓝色方略任第七事业部联合总经理。

徐琿，女，1972年1月出生，中国籍，无境外永久居留权，汉族。1995年7月毕业于兰州商学院，大专学历。1996年11月至1998年10月，于兰州民百集团任微机管理部专员；1998年11月至2000年6月，于兰州瑞华通讯公司任营业部经理；2000年12月至2001年12月，于北京流星雨广告公司任公关部客户经理；2002年1月至2003年5月，于北京绿意信息咨询有限公司任市场部经理；2003年5月至2004年5月，于智扬公关任客户总监；2004年11月至2007年3月，于蓝色光标任客户经理/高级顾问；2007年7月至2011年12月，于北京弈达正略营销顾问有限公司任总经理；2012年1月至今，于蓝色方略任第四事业部总经理。

杨玲娜，女，1980年10月出生，中国籍，无境外永久居留权，汉族。2004年6月毕业于北京交通大学人力资源管理专业，本科学历。2004年7月至2015年1月，于北京蓝色光标公共关系机构任客户总监；2015年1月至今，于蓝色方略任第三事业部总经理。

朱虹，女，1974年12月出生，中国籍，无境外永久居留权，汉族。1995年7月毕业于成都电子科技大学办公自动化专业，大专学历。1995年月至1998年4月，于太极计算机公司历任企管部、投标部职员；1998年4月至2004年4月，于联想集团任品牌推广部宣传处及广告处经理、活动主管、IT服务群组市场推广经理；2004年4月至2012年1月，于芒果树资讯（北京）有限责任公司任总经理；2012年1月至今，于蓝色方略任第七事业部联合总经理。

3、核心业务人员持有公司的股份情况

截至本说明书签署日，公司核心技术（业务）人员未持有公司股份。

4、核心业务团队变动情况

报告期内，公司核心业务团队较为稳定，未发生重大变化。

四、公司业务具体状况

（一）公司业务收入构成、各期主要产品/服务的规模、销售收入

报告期内，公司业务收入构成情况如下：

项 目	2015年1-6月		2014年度		2013年度	
	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)
主营业务收入	66,100,686.75	100.00	101,517,099.62	100.00	66,008,633.10	100.00
-活动营销服务收入	63,950,870.56	96.75	88,018,909.40	86.70	59,471,472.25	90.10
-销售类收入	2,149,816.19	3.25	13,498,190.22	13.30	6,537,160.85	9.90
其他业务收入	-	-	-	-	-	-
合 计	66,100,686.75	100.00	101,517,099.62	100.00	66,008,633.10	100.00

(二) 公司成本结构

公司主营业务的成本构成主要由差旅成本、会议成本、服务成本和商品销售成本组成，具体如下：

项 目	2015年1-6月		2014年度		2013年度	
	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)
主营业务成本	39,157,829.87	100.00	61,601,523.95	100.00	36,922,484.62	100.00
服务成本	20,284,640.04	51.80	25,730,723.35	41.77	17,241,196.32	46.70
会议成本	16,647,005.95	42.51	23,910,129.78	38.81	15,537,049.24	42.08
商品销售成本	1,327,185.08	3.39	9,219,705.09	14.97	2,251,744.94	6.10
差旅成本	898,998.80	2.30	2,740,965.73	4.45	1,892,494.12	5.12
合 计	39,157,829.87	100.00	61,601,523.95	100.00	36,922,484.62	100.00

公司的主要业务为活动营销服务以及与之配套的活动礼品销售业务。在成本核算过程中，对于活动营销服务业务，公司按照提供劳务的完工百分比确认计入当期具体项目的成本，该部分成本主要包括活动场地租赁、视频制作、演艺等相关费用；对于与服务业务配套的活动礼品销售业务，公司按照销售确认收入的时间将采购成本计入营业成本，该部分成本主要包括商品采购相关费用。公司的人员成本未按项目进行分摊，统一按人员归属计入销售费用和管理费用。

报告期内，公司上述成本核算方法未发生过变化。

(三) 公司主要客户情况

公司2013年度、2014年度、2015年1-6月对前5名客户的销售情况如下：

期间	序号	公司名称	销售收入(元)	比例(%)
2015年 1-6月	1	北京京东世纪贸易有限公司	8,119,524.81	12.28
	2	北京蓝色光标电子商务股份有限公司 ^①	8,061,704.83	12.20

^①前身为“北京博思瀚扬企业策划有限公司”，于2015年8月24日变更为“北京蓝色光标电子商务股份有限公司”。

期间	序号	公司名称	销售收入(元)	比例(%)
	3	上海蓝色光标品牌顾问有限公司	6,770,220.37	10.24
	4	拜耳医药保健有限公司	4,466,827.24	6.76
	5	北京蓝色光标公关顾问有限公司	3,842,335.28	5.81
	2015年1-6月前五名客户收入合计		31,260,612.53	47.29
	2015年1-6月主营业务收入合计		66,100,686.75	100.00
2014年	1	华谊兄弟传媒股份有限公司	9,311,320.75	9.17
	2	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	8,628,829.26	8.50
	3	联想(北京)有限公司	7,969,251.25	7.85
	4	长城汽车股份有限公司	6,040,781.73	5.95
	5	北京优视网络有限公司	5,759,860.78	5.67
	2014年度前五名客户收入合计		37,710,043.77	37.14
	2014年度主营业务收入合计		101,517,099.62	100.00
2013年	1	联想(北京)有限公司	15,565,276.20	23.58
	2	长城汽车股份有限公司	5,792,305.19	8.78
	3	卡骆驰鞋饰(上海)有限公司	3,911,417.49	5.93
	4	计世在线网络技术(北京)有限公司	3,317,124.65	5.03
	5	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	2,472,574.37	3.75
	2013年度前五名收入合计		31,058,697.90	47.07
	2013年度主营业务收入合计		66,008,633.10	100.00

报告期内,公司对单一客户的销售比例及对前五大客户的合计销售比例均不超过当期销售收入的50%,不存在单一客户依赖风险或客户集中风险。

公司前五大客户中,北京蓝色光标电子商务股份有限公司、上海蓝色光标品牌顾问有限公司、北京蓝色光标公关顾问有限公司、北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司(即蓝色光标)均为公司关联方。由于上述单位在经营自身业务过程中,根据自身或客户情况可能会产生举办活动的需求,在此情况下,关联单位通常会将活动营销服务业务外包给公司进行,因而产生销售类关联交易。上述关联交易的存在是为了避免同业竞争,蓝色光标集团体系内的活动营销类业务全部由公司执行,该些关联交易与公司日常经营业务相关,具有一定的必要性与合理性。2015年1-6月公司关联销售占比较大,主要是由于2015年初原蓝色光标体系内的活动团队整合并入公司,其相关活动营销业务也随之转至公司,使得公司当期关联销售收入大幅增加。随着该活动团队及业务的不断整合,公司销售规模将不断扩大,关联销售占比也将逐步下降。除此以外,公司董事、监事、高级管理人员、核心业务人员、主要关联方及持股5%以上股份的股东均不在其他客户中任职或拥有权益。

（四）公司的主要供应商情况

公司 2013 年度、2014 年度、2015 年 1-6 月对前 5 名供应商的采购情况如下：

期间	序号	公司名称	采购金额（元）	比例（%）
2015年 1-6月	1	北京榆燕翔家具有限公司	1,441,101.89	3.68
	2	北京宇宁兄弟舞美设备安装工程有限公司	1,433,962.26	3.66
	3	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	1,096,189.45	2.80
	4	北京京时尚广告有限公司	1,009,433.96	2.58
	5	九麦今夜（北京）文化传媒有限公司	905,660.38	2.31
	2015年1-6月前五名供应商采购合计		5,886,347.94	15.03
	2015年1-6月采购总额		39,157,829.87	100.00
2014年度	1	北京西码宏腾展览有限公司	1,912,981.13	3.11
	2	广州西码展览有限公司	1,631,132.08	2.65
	3	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	1,555,478.10	2.53
	4	上海立洲文化传媒有限公司	1,170,962.26	1.90
	5	北京京时尚广告有限公司	1,044,191.51	1.70
	2014年前五名供应商采购合计		7,314,745.08	11.89
	2014年采购总额		61,601,523.95	100.00
2013年度	1	北京皓宇思源科贸有限公司	2,645,492.11	7.16
	2	北京文韬武略广告有限公司	1,071,169.62	2.90
	3	北京五牧辰文化传媒有限公司	956,037.74	2.59
	4	星光博红（北京）文化传媒有限公司	897,849.06	2.43
	5	上海励唐营销管理有限公司	815,990.57	2.21
	2013年前五名供应商采购合计		6,386,539.10	17.29
	2013年采购总额		36,922,484.62	100.00

报告期内，公司对单一供应商的采购比例及对前五大供应商的合计采购比例均不超过当期采购总额的 30%，不存在单一供应商依赖风险或供应商集中风险。

公司前五大供应商中，北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司（即蓝色光标）、上海励唐营销管理有限公司为公司关联方，该关联交易产生的原因主要是因为公司承接的业务中，根据客户需求，可能会产生公关类服务，由于公司自身不开展公关等其他类服务，因此，公司将其他类业务全部转包给蓝色光标或其控制的其他公司执行，进而形成采购类关联交易。除此之外，公司董事、监事、高级管理人员、核心业务人员、主要关联方及持股 5%以上股份的股东均不在上述供应商中任职或拥有权益。

（五）公司重大业务合同及履行情况

合同类型	序号	合同相对方	合同标的	签署日期	合同金额（元）	是否履行完毕
------	----	-------	------	------	---------	--------

重大销售合同 (V200万)	1	黑龙江飞鹤乳业有限公司	2014 飞鹤全国巡展运营活动	2014-4-14	10,500,000	是
	2	华谊兄弟传媒股份有限公司	华谊兄弟 20 周年盛典活动	2014-6-3	9,870,000	是
	3	深圳市左右家私有限公司	左右家私 2015 幸福之旅活动	2015-2-3	7,037,338	否
	4	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	九城试驾活动	2015-5-1	5,770,000	是
	5	广州爱九游信息技术有限公司	Chinajoy2015 九游 2C 项目合同书	2015-9-14	4,683,000	是
	6	长城汽车股份有限公司	新品促销活动	2013-4-20	3,300,000	是
	7	长城汽车股份有限公司	2014 年北京车展运营项目	2014-4-10	3,200,000	是
	8	珀莱雅化妆品股份有限公司	活动服务合同	2013-10-18	3,060,000	是
	9	联想(北京)有限公司	联想 K900 发布会	2013-2-1	3,000,000	是
	10	汉庭星空(上海)酒店管理有限公司	华住酒店集团手机 APP 事件营销项目	2014-8-8	2,980,000	是
	11	北京京东世纪贸易有限公司	京东集团年会	2015-1-13	2,968,639	是
	12	保定哈弗汽车销售有限公司	哈弗汽车成都、广州国际车展运营合同	2015-9-23	2,510,000	否
	13	北京京东世纪贸易有限公司	京东 IPO 庆典	2014-6-9	2,480,000	是
	14	北京京东世纪贸易有限公司	活动服务项目	2015-3-31	2,470,000	是
	15	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	美赞臣 20 周年年会	2014-1-21	2,414,853	是
	16	北京数字天域科技有限责任公司	2015 联络互动虚拟现实视网膜眼镜 Glyph 发布会	2015-6-24	2,370,000	是
	17	联想(上海)有限公司	联想 3C 体验店开业全国巡展	2013-1-24	2,290,000	是
	18	蓝色光标(天津)市场营销有限公司	康师傅灌篮高手高峰会项目活动合同	2015-7-7	2,123,575	是
	19	西安曲江文化旅游(集团)有限公司	上海湃杰广告有限公司项目合同	2014-1-13	2,120,000	是
	20	美丽说(北京)网络科技有限公司	美丽说 EXO-M 粉丝签名会	2014-8-11	2,097,160	是
重大采购合同 (V100万)	1	北京松下彩色显象管有限公司	房屋租赁合同	2013-5-25	3,952,296	否
	2	九麦今夜(北京)文化传媒有限公司	左右家私 2015 文化之旅	2015-3-18	2,400,000	是
	3	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	公关服务业务支持	2015-1-1	2,280,000	否
	4	广州西码展览有限公司	华谊兄弟 20 周年庆典	2014-5-22	2,000,000	是
	5	北京西码宏腾展览有限公	搭建服务合同	2014-6-23	1,950,000	是

	司				
6	北京易优瑞得文化发展有限公司	飞鹤巡展服务合同	2014-4-18	1,780,000	是
7	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	公关服务业务支持	2014-1-1	1,537,834	是
8	北京中爵亮点广告有限公司	北京中爵亮点服务合同	2014-4-18	1,450,000	是
9	郑州推动力文化传媒有限公司	郑州推动力飞鹤巡展服务合同	2014-4-26	1,210,000	是
10	北京宇宁兄弟舞美设备安装工程有限公司	华谊兄弟 20 周年庆典	2014-5-21	1,100,000	是
11	北京林杰世纪科技有限公司	电子产品采购合同	2014-10-27	1,092,200	是

报告期内公司重大业务合同均正常签署，合法有效，并且履行正常，不存在合同纠纷。

五、公司的商业模式

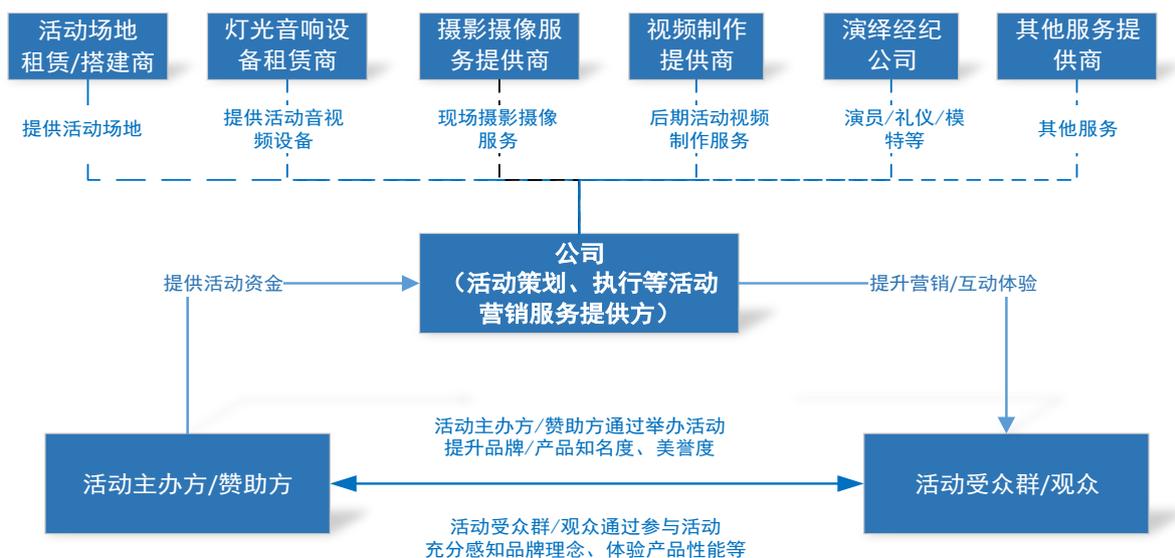
（一）整体商业模式

公司是中国第一家上市公关公司蓝色光标旗下独立品牌，是目前国内最大的活动营销服务机构之一，公司基于自身优秀的活动创意能力和高效的执行能力，并结合多年积累的客户等优势资源，以大型活动、会议的策划、执行为主要业务，配合展览展示、礼品定制、客户关怀、商务旅行等细分专业服务，构成了以事件营销为核心的活动营销整合服务平台。公司通过活动营销服务整合有效的资源，为企业客户策划和执行大型活动而迅速提高客户及其品牌知名度、美誉度和影响力，最终促进客户产品的销售，公司则获取自身的活动营销服务收入、利润和现金流，实现自身价值。

（二）细分商业模式

1、服务模式

一场活动的参与主体一般包括活动主办方、活动赞助方、活动受众群（观众）及活动相关服务提供商等。活动主办方、活动赞助方是一场活动的资金来源，也是品牌或产品营销效果的受益方，活动受众群（观众）是一场活动面向的主要群体，活动相关服务提供商则提供各种活动相关服务，如活动策划、活动执行、活动场地搭建、摄影摄像等。



公司作为专业的活动营销服务机构，采用投标模式从活动主办方或活动赞助方处获取活动营销服务订单，基于自身领先的活动创意能力和丰富的活动策划经验，着手策划活动方案，活动方案获得客户认可后，公司根据每场活动的主体、受众群等采购合适的配套服务，并完成活动的执行和管理。

2、销售模式

公司主要采用订单驱动的销售模式。由于公司客户主要为TMT、汽车、文化传媒、快消等大中型企业，通常会选择多家供应商进行竞标，因此公司主要采用提供初步活动方案参与投标的方式获取订单，也有部分订单来自于老客户的推荐或蓝色光标旗下其他企业的协同介绍。在获得客户的订单后，公司再进一步细化活动方案，待细化后的活动方案取得客户正式认可后，组织采购活动资源，完成活动的执行。

3、采购模式

公司主要采用比价模式确定供应商。在策划活动方案时，公司首先根据每场活动的主题、受众群体等，确定合适的活动场地，以及制作搭建、设备租赁、软体制作、摄影摄像、鲜花礼仪等相关配套服务供应商，再按照比价原则，确定最终供应商及采购价格。

(1) 公司供应商向公司提供服务的具体内容

公司主营活动营销服务，在为一场活动提供活动策划和执行等服务的过程中，需要采购各种配套服务，以尽量让活动现场的效果完美并达成营销目的。其中，采购的与活动营销服务相关的配套服务主要包括：活动展板、舞台等硬体制作服务、活动相关设备租赁服务、活动视频制作服务、活动现场摄影摄像服务、活动图文印刷喷绘服务等，占活动配套服务采购金额的90%以上。同时少数活动也会涉及采购翻译速记服务、活动现

场演艺服务、公关服务等，但占比较小，非公司采购的主要服务内容。

(2) 公司与供应商的合作模式

对于长期合作的框架供应商，公司以年度为单位与其签订合作协议，并对于考核指标、服务标准、付款账期、风险扣款等细节作出具体约定，日常合作以项目作业单的方式进行采购确认和价格决算确认；针对为满足特殊个性化需求而合作的临时供应商，公司与其签订正式的采购合同，并约定产品或服务标准、价格、付款等具体细节。无论框架供应商或临时合作供应商，都必须进入公司供应商库后才能与其发生合同、采购、付款等后续环节，而供应商入库前，公司要求对方必须提供证明其合法依存的工商营业执照、税务登记证等材料。公司在进行具体项目采购时，均会邀约不少于三家供应商进行比价，并综合价格、服务质量等因素确认最终合作方，同时留档作为供应商付款环节的必要资料。

(3) 供应商的资质取得情况

公司向供应商采购的主要服务，即活动展板、舞台等硬体制作服务、活动相关设备租赁服务、活动视频制作服务、活动现场摄影摄像服务、活动图文印刷喷绘服务等，除活动图文印刷喷绘服务涉及印刷许可证外，其他服务无需具备相应资质。公司活动图文印刷喷绘服务供应商主要有北京益晖圣图图文设计制作有限责任公司、北京良图广告有限公司等，均已取得《印刷许可证》并在有效期内。因此，公司主要供应商均具备相应资质。

4、盈利模式

公司通过提供活动策划、活动执行等活动营销服务整合有效的资源，为企业客户策划和执行大型活动而迅速提高客户及其品牌知名度、美誉度和影响力，最终促进客户产品的销售，公司则获取自身的活动营销服务收入、利润和现金流。

(三) 母子公司业务划分

公司名称	性质	客户定位	主要业务
蓝色方略	母公司	主要面向长期合作、关系稳定客户	活动营销服务
盛世鸿天	全资子公司	主要面向少量特定客户	活动营销服务
湃杰广告	全资子公司	主要面向品牌类、高端时尚类客户	活动营销服务
芒果树园	全资子公司	主要面向举办的活动包含礼品采购需求的客户	活动礼品采购、销售
拉萨方略	全资子公司	主要面向新客户开展	活动营销服务

蓝海旅行	全资子公司	主要面向举办的活动包含商旅 配套服务需求的客户	活动营销服务中的配套商旅服务
------	-------	----------------------------	----------------

六、所处行业概况、市场规模及基本风险特征

（一）公司所处行业概况

根据《国民经济行业分类(GB-T 4754-2011)》，公司所属行业为“商务服务业”(L72)中的“会议及展览服务”(L7292)；根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》(2012修订)，公司所属行业为“商务服务业”(L72)；根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为“商务服务业”(L72)中的“会议及展览服务”(L7292)。细分行业为活动营销服务业。

公司所提供的活动营销服务虽然属于“会议及展览服务”的一种，但活动仅为公司服务的形式载体，公司活动营销服务的实质是通过创意活动策划达到客户品牌传播、产品促销等目的，核心在于活动的创意策划能力，而非会展场地租赁、会展场地搭建、会展设备调试等传统会展服务能力。因此，活动营销服务业是兼具公关服务业、营销服务业、会展服务业特征的现代服务行业。

1、行业监管体制

目前，活动营销服务行业尚无明确的行政主管部门。活动营销服务可能涉及营销业、会展业等。就营销行业而言，主要涉及城市建设、社会保障、广播电视、新闻出版、环境保护等诸多行政管理部门和有关职能部门。就会展行业而言，商务部是会展行业的主管部门，主要负责全国会展业的规划与建设工作。

2、主要政策法规

各部门尚未针对活动营销服务出台专门的法规。公司在提供活动营销服务过程中，严格遵守《公司法》、《合同法》、《劳动合同法》等法律法规。

活动营销服务是面向生产者新兴现代服务业，横跨营销、会展等多个行业，在服务生产、引导消费、推动经济增长等方面发挥了十分重要的作用，国家也对相关行业制定了政策予以支持，具体如下：

发布单位	政策名称	与公司从事行业有关的内容
第十一届全国人民代表大会第四次会议	《国民经济和社会发展的第十二个五年规划纲要》(2011年)	提出要“规范提升商务服务业”、“拓宽服务业企业融资渠道”，“支持符合条件的服务业企业上市融资和发行债券”，“促进广告、会展业健康发展”。
中共中央	《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》	提出要“构建公共文化服务体系”、“发展现代传播体系”、“推动文化产业跨越式发展，使之成为新的经济增长点、文化消费热点和支柱性产业”。

	义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》（2011年）	经济结构战略性调整的重要支点、转变经济发展方式的重要着力点”、“推进文化产业结构调整，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业，加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业”。
国务院	《十八大报告》（2013年）	要推进经济结构战略性调整，更多依靠现代服务业带动，全力推动服务业特别是现代服务业发展壮大。
国务院	《国务院关于印发服务业发展“十二五”规划的通知》（2012年）	指出“鼓励商务服务业专业化、规模化、网络化发展”，“合理规划展馆布局，发展会展业”，“大力支持服务业品牌创建，积极推进营销和管理创新，加强对商标、名称、版权等无形资产的开发和保护”等。
国务院	《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》（2015年）	指出促进展览业改革发展的总体要求，改革管理体制，推动创新发展，优化市场环境，强化政策引导等。
国家及各地方政府	《会展业“十二五”发展规划》	国家“十二五”规划中对会展业的发展做出战略性的规划，在此指导下，全国六十多个省市制定了本地区的《会展业“十二五”发展规划》，用以引导和促进当地会展业的发展；
商务部	《服务贸易发展“十二五”规划纲要》（2011年）	明确指出“完善会展行业法律法规体系，建立统一的会展业管理体制；建立并完善行业规范和标准，优化会展规划布局，集中资源，合理分布，错位发展；研究出台会展业促进政策措施，培育品牌展会，扶持优秀办展机构，推动优质展馆和展会中心城市建设，加强会展业人才培养；鼓励和推动会展业中介机构发展，研究成立全国性会展业行业协会”
科技部	《现代服务业科技发展“十二五”专项规划》（2012年）	提出要“完善现代服务业技术支撑体系、科技创新体系和产业支撑体系，改造提升生产性服务业，培育发展新兴服务业，做大做强科技服务业，优化现代服务业发展布局，加速现代服务业发展进程，提高现代服务业的比重与水平”、“加强网络化、个性化、虚拟化条件下服务技术研发与集成应用，大力开展服务模式创新，重点发展数字文化、数字医疗与健康、数字生活、培训与就业、社保等新兴服务业，显著提升科技培育发展新兴服务业的能力”。

3、行业发展现状

从行业发展现状来看，虽然在欧美国家，活动营销已广泛应用于社会文化、环境、政治、旅游和经济等多个领域，但在国内，活动营销服务行业依然属于营销服务的新兴业态，活动营销服务市场尚不成熟，同时，也正面临一轮大发展的机遇。首先，随着我国国民经济水平的不断上升，我国民众消费水平日渐提升，消费者购买能力增强，生产商对营销资金的投入日益扩大，营销模式的选择也愈发重要。其次，随着大量的国际品牌涌入中国以及一些民族品牌的不断发展壮大，目前品牌之间的竞争日趋激烈。电视、广播、杂志、报刊、网络等大众媒介的精准度不足，以及人们对大众媒介所传播的商业信息的接受度和信赖度的日益降低，导致主要依赖大众媒介的广告传播、媒体传播等传

统传播方式已无法满足企业在品牌建设、产品营销等方面的需求。在此背景下，活动营销服务作为一种新兴的营销服务模式，以营销为目的，以活动为载体，在精准营销、协助企业树立品牌形象、促进企业与消费者及社会良性互动等方面能发挥更加积极的作用，在营销服务领域的地位也得到较大幅度的提升。然而，虽然活动日渐成为我们政治、经济、文化、生活的重要内容，但大量活动策划与执行机构由传统广告公司转型或拓展而来，活动营销人员的规模、专业度均存在较大的改善空间，大多数活动营销服务单位着眼于眼前利益，套用固有模式，没有将精力集中在活动产业的系统研究与活动创意的持续研发，这也直接造成了活动市场目前缺少活动营销行业的标准，活动营销服务行业依然处于不甚成熟的阶段，这也意味着活动营销服务行业具有大发展的机会。

从行业发展趋势来看，活动营销在营销领域正扮演越来越重要的角色。首先，在传统广告边际效益递减、渠道权力逐渐向消费者转移的背景下，越来越多的企业更加重视在终端和社会公众（消费者）进行互动的价值，并将营销资源向地面倾斜开始大量使用各种线下营销服务，其中就包括活动营销模式。其次，随着经济的持续发展，中国消费者的消费心理不断成熟，消费行为趋于理性，与此同时，信息技术的日新月异使得中国社会的大众营销迅速走向“分众营销”，在“分众营销”时代，能够切实传达企业个性诉求的活动营销服务所具有的“体验”价值日益凸显，其通过创造实时的、互动的活动把目标消费者吸引到品牌周围，让他们在品牌所提供的氛围中体验品牌的魅力，并通过活动观众的口碑相传实现传播规模的倍增，越来越多的企业采用发布会等活动形式进行产品营销，活动营销模式日益受到企业的重视。

（二）市场规模

在传统广告边际效益递减、产品同质化程度加剧背景下，越来越多的企业重视终端价值，将营销资源向线下倾斜，大量使用各种线下营销服务，包括促销、路演、会议、会展等活动。与此同时，随着微博、微信等自媒体的快速发展，线下活动日益成为大众日常人际传播过程中的绝佳素材，也因此成为众多企业客户关注的传播载体。活动营销服务的客户群体主要为大中型产品制造商或零售商，包括TMT、汽车、文化传媒、数码、快消等领域。

1、TMT 行业

TMT，是电信、媒体和科技（Telecommunication, Media, Technology）三个英文单词的首字母，整合在一起，实际是未来电信、媒体科技（互联网）、信息技术的融合趋势所产生的新兴行业的简称，包括移动互联网、社交网络、新媒体和电子商务四个领

域。TMT产业具有广阔的发展空间，将成为未来引领中国经济发展的新引擎。

根据中国产业信息网发布的《2015-2020年中国TMT（数字新媒体）市场分析预测及发展趋势研究报告》显示，2014年我国TMT整体行业市场规模达到了16,600万亿元，同比2013年的12,300亿元增长了34.96%，近几年我国TMT整体行业市场规模情况如下图所示：

2010年至2014年我国TMT整体行业市场规模情况如下图所示：



资料来源：智研数据中心整理

因此，TMT行业市场规模巨大，相应其对活动营销的需求也存在巨大的市场空间。

2、汽车行业

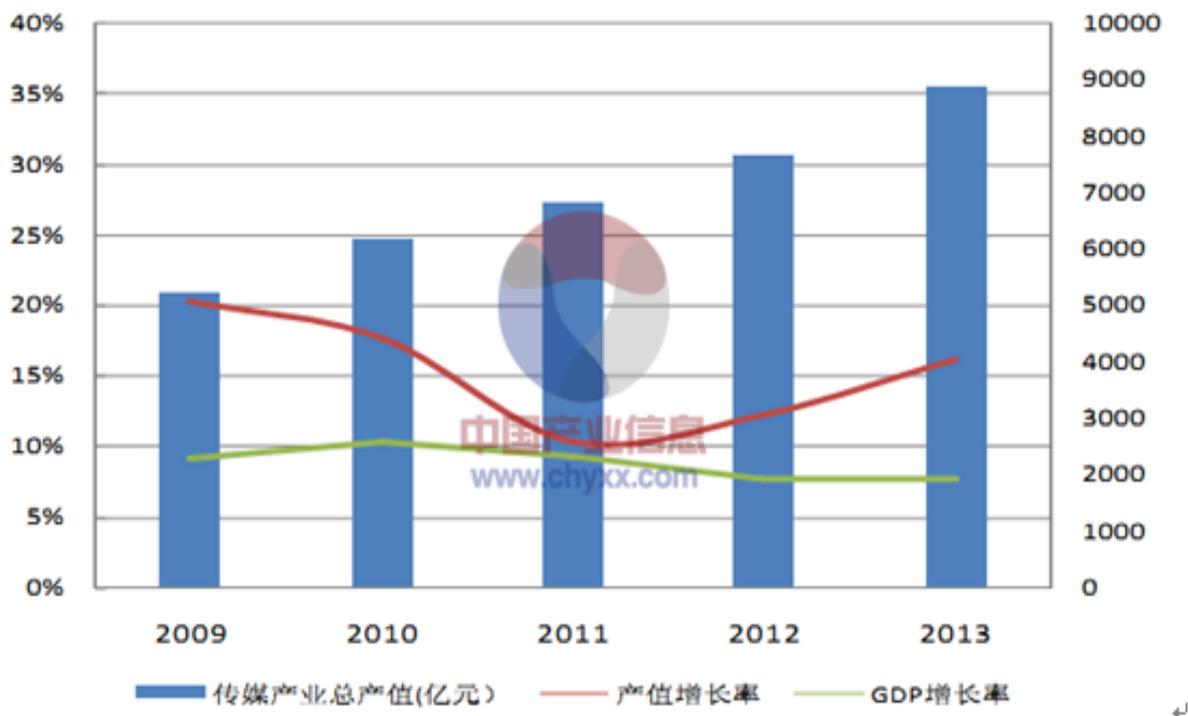
根据中国汽车工业协会的统计数据，我国汽车产销量从2005年的571万辆和576万辆增加到2013年的2,211.68万辆和2,198.41万辆。2009年至2013年，我国汽车产销量连续5年排名世界第一，已成为世界汽车产销大国。汽车由于其固有特性，消费者购买前的试驾体验和互动显得尤为重要，而活动营销凭借其体验式、精准式的营销优势，契合汽车行业营销需求，已广泛应用于汽车行业，如新车上市发布、试驾、体验日、客户关系活动、品牌活动、公益活动等。《中国汽车营销战略创新报告》指出，中国汽车市场格局的变化将导致传统广告营销作用降低，精准营销将成为促进销售增长的主流营销方式。在此背景下，汽车制造商将加大精准营销投入，准确定位营销受众，以提升市场份额。汽车行业对活动营销的需求将日益增加。

3、文化传媒行业

2014年，中国传媒产业总产值规模达11361.80亿元，首次突破万亿大关，同比增长15.80%，增长率较2013年上涨近0.30个百分点。预计伴随着行业结构的调整和外延的扩

张，2015年传媒产业产值仍将保持两位数的增长态势，电视电影、互联网及移动媒体有望成为产业增长的主要支柱。

2009年至2013年我国传媒行业产值数据如下：



数据来源：WIND，中国产业信息网整理

根据 CBO 数据监测显示，截至2015年8月31日，国内全年票房累计达 293.51 亿元，较去年同期增长47.86%，已接近 2014 年全年的票房水平。其中，8 月份国产片票房与进口片票房呈现 8:2的局面，而其中7月的票房“吸金王”《捉妖记》已超越前期的票房冠军《速度与激情 7》的 24.26亿，成为国内票房第一的影片，使得今年国产电影大年的定调变得异常亮眼。从年度数据面看，2014年底中国城市院线数为47条，农村院线 252 条，二者继续保持增长，预计今年全年的全国影院数与银幕数有望超过7000家与29000 块。

随着影视等文化传媒行业的日益火爆，影视首映会、见面会等活动的需求将更加旺盛，从而带动活动营销服务业的发展。

4、数码行业

数码产品更新速度快、新产品日新月异的特征，决定了其营销策略需要借助消费者的体验和感受，让消费者在实际体验中自觉形成对该产品或品牌的好感并最终购买。在

此背景下，许多IT企业日益重视在产品、价格、市场、服务和技术等传统的竞争手段中融入体验营销因素。如苹果、微软、华为等知名数码产品制造企业均经常采用新产品发布会等活动营销形式，也获得了良好的营销效果。因此，活动营销在数码行业将得到越来越多的应用。

5、快消行业

2013年我国社会消费品零售总额234,380 亿元，比上年增长13.1%。随着中国经济的进一步发展，更多的国外快消企业进入中国，同时国内快消厂商也在迅速崛起，市场竞争日趋激烈。此外，快消的可替代性较强，同质化产品较多。快消的上述特征决定产品的传播形象更容易被消费者直接感受和判断，而且对消费者的二次购买行为和忠诚度具有重要影响。因此，快消的营销策略、形象设计对销售起着重要作用，品牌知名度和营销效果是快消企业成功的重要因素。通过活动营销，建立起厂商与消费者的“沟通桥梁”，可直接面对目标消费者进行有效地沟通交流；同时，厂商能第一时间得到消费者的反馈信息，及时调整营销策略，从而促进销售增长。因此，活动营销在快消行业也存在较大的市场空间。

6、其他行业

活动营销还可广泛应用于金融、体育、文化、旅游等其他行业。在品牌为王的时代，“体验”是连接客户从认知走向购买的纽带，是激发消费决策的关键一步。在上述行业，活动营销以创意性活动为主体，通过强调用户和消费者体验，以产品上市及推介活动、媒体活动、品牌体验活动等形式帮助客户更有效地提升品牌的认知度、美誉度和忠诚度。随着国民经济的发展，活动营销将得到越来越多的应用。

（三）基本风险特征

1、国内企业对活动营销的认知程度较低的风险

国内活动市场的容量虽然巨大，但专业化的活动营销尚处于初级阶段，大多数企业对活动营销的认识仍旧处于朦胧的感性认知状态，认知程度较低。这导致了目前大多数企业在品牌和产品推广方面，仍倾向于采用效用立竿见影的广告，而活动营销服务由于营销效果无法短期量化，同时其沟通的单人成本较公关、广告等手段都偏高而被慎用，从而影响活动营销行业在国内市场的推广和发展。即使在对活动营销有所认知并愿意采用活动营销模式的情况下，国内企业也往往限于成本控制等各种因素，自行临时抽调人员进行活动组织和管理，而不愿聘请专业活动营销机构进行全程策划与执行，这直接导

致了活动营销效果的弱化甚至导致反效果，最终也不利于活动营销行业在国内市场的推广和发展。

2、活动营销专业人才相对短缺的风险

一场完美的活动是一个系统工程，涉及主办方、受众群、赞助商、配套服务商等各类群体，需要专业人才兼具方案策划能力、资源整合能力、操作执行能力等，并且由于一个细节的差错就可能导致一场活动的失败，活动营销往往不容许有任何的疏忽。因此，活动营销服务对专业人才的服务能力和水平要求均高于一般行业。可以说，专业人才的服务能力和水平决定了活动营销服务公司的服务品质和层次，是活动营销服务中的首要因素，也是活动营销服务公司的核心资本。由于国内活动营销起步较晚、认知度较低，目前活动营销专业人才依然处于相对短缺的状态。

（四）公司在行业中的竞争地位

公司目前主要竞争对手情况如下：

企业名称	成立时间	企业性质	业务定位
George P. Johnson (GPJ)	1914 年	境外企业	GPJ 是全球著名的活动传播提供商，于 1914 年在美国成立。GPJ 致力于提供体验营销服务，每年在全球策划并管理 5000 余场活动。GPJ 在全球拥有 27 个办事处，在北京设立了北京 GPJ 市场顾问有限公司。GPJ 的业务范围包括品牌环境、事件营销、娱乐营销、在线和数字体验、媒体内容等。
Jack Morton Worldwide	1939 年	境外企业	全球著名大型活动提供商，系全球五大传播集团之一 Interpublic 集团旗下等全球体验式传播机构，在美国、欧洲以及亚太地区拥有分支机构。
北京海天网联公关顾问有限公司	1996 年	境内民营企业	定位中国整合事件营销先驱者和践行者，专注于为在中国有营销需求的政府机构、知名大中型企业、跨国公司、国际商业组织及各类非政府组织 (NGO) 与非营利性组织 (NPO) 量身定制整合事件营销方案。主要提供大型活动策划与管理、公共传播、体育营销、数字营销等综合营销传播服务，主要为汽车、IT、体育、快消、政府关系、旅游等行业企业。
北京扬思公关策划有限公司	2004 年	境内民营企业	扬思传播机构自 2004 年成立以来，在体验营销领域不断拓展，以创新的产品、专业的服务和高效的执行为核心竞争力，为众多全球知名企业、政府部门和组织机构，提供高度定制化的数字营销和整合活动营销解决方案。
北京信诺传播顾问股份有限公司	2005 年	境内民营企业 (已申报创业板 IPO)	一家专业提供活动传播服务的企业，自设立以来一直从事活动传播的创意策划与执

			行管理业务。
北京笔克联动咨询有限公司	2011年	外商独资企业	北京笔克联动咨询有限公司隶属于全球品牌激活企业笔克集团，是一家提供全方位品牌激活、营销和创意服务的公司，专门负责营销解决方案的设计和执行。笔克联动认为，要培养忠实支持者及激发客户的情感，方案设计与执行活动必须要在品牌与受众之间搭起沟通的桥梁，实现两者之间真正有效的交流。我们的团队具备多项专长，能够在现今环境下，针对品牌和受众，提供最恰当的解决方案。

公司作为国内最大的公关服务公司蓝色光标旗下企业，是国内知名的专业活动营销服务企业之一，在活动营销领域具有较大影响力。公司凭借优秀的创意策划能力和高效的执行管理能力，为众多国内外知名企业提供了全方位的活动营销服务，在行业内积累了丰富的业务经验和良好的客户关系。公司专业的活动营销团队、丰富的业务经验获得了众多客户的好评，公司客户大部分为世界 500 强和国内知名企业，且客户分布较为广泛，在 TMT、汽车、文化传媒、数码、快消等多个行业都拥有稳定客户。

1、竞争优势

公司自成立以来，一直专注于从事活动营销业务，在此细分市场积累了丰富的专业经验、优质的人力资源及客户资源等。具体而言，公司在创意能力、项目执行能力、行业经验、客户资源、供应商体系及管理团队等方面具有如下竞争优势：

(1) 优秀的活动创意策划能力

创意是活动营销的根本，是确保活动营销服务成功的核心要素，其从根源上决定了每一次活动营销的质量和成败。活动策划的创新性主要表现为活动的形式和内容的独特性与新颖性，将直接影响受众对活动的关注度、参与度与体验度。创意是活动营销方案质量的关键，也是影响公司能否赢得客户项目的主要因素。因此，公司一贯重视创意团队及创意机制的建设，优秀的创意策划能力已成为公司业务发展的核心竞争力之一。公司目前拥有多元化的创意策划团队，科学的创意管理制度，以客户诉求为核心的创意工作原则，鼓励创新、交流共享的企业文化氛围，因此公司在活动创意策划方面拥有一定的竞争优势。

(2) 出色的活动执行管理能力

活动能否达到预期目标，创意方案能否得到体现，主要取决于项目执行的质量。执行团队的专业素质、整体管理水平、细节执行能力、风险管理能力、应急处理能力等因素决定了活动营销效果和客户满意度。公司拥有高素质、高效率的项目执行管理团队和

优秀的整体管理水平和细节执行能力，因此公司在活动执行方面拥有一定的竞争优势。

（3）丰富的行业活动经验

自成立以来，公司一直专注于为各行业客户提供全方位的活动营销服务，积累了丰富的行业经验。公司提供的活动营销服务涉及 TMT、汽车、文化传媒、数码、快消等多个行业。公司凭借优秀的创意策划能力和项目执行能力，基于对不同行业客户希望塑造的形象、所需营销的信息以及目标受众偏好的深刻理解，帮助客户树立品牌形象，达到全方位、多层次的传播效果，为客户创造更多的商业价值。公司凭借丰富的行业经验积累，能敏锐地发现新客户的行业特征和营销需求；同时，公司的项目团队还能帮助客户挖掘其品牌、产品的文化价值，为客户设计符合其需求的营销策略，并创造性地将其融入活动营销项目的概念、内容及形式中，形成完整的活动营销方案。

（4）优质的客户资源

公司凭借专业及高水平的创意策划及执行能力，为各行业客户提供体验式、互动式、全方位的活动营销服务，赢得了客户的广泛好评。公司至今已为国内外超过 200 个品牌提供过专业服务，公司客户主要为国内外知名企业，其中超过 40 家是全球 500 强企业。公司与大多数客户建立了长期的合作关系，有着较高的客户黏着度。

（5）优秀的供应商资源整合能力

公司建立了一套高效、健全的供应商管理体系：第一，公司建立了类别完善的供应商资源体系，能为公司的创意及执行团队提供有力的支持，使公司在最大限度发挥创意能力的同时保证活动营销效果。第二，公司对现有供应商进行不断地评估和筛选，针对不同专业的供应商建立相应的合作模式、奖励机制和淘汰机制，以保证供应商体系的高效、健康运转。第三，公司与一批优秀的供应商建立了长期战略合作关系，使公司获得规模采购的价格优势，大大节省采购成本，提高客户满意度。

（6）集团联动协同优势

公司隶属于上市公司蓝色光标，蓝色光标是一家为大型企业和组织提供品牌管理与营销服务的专业企业，集团旗下拥有蓝色光标数字营销机构、蓝色光标电子商务、智扬公关、博思瀚扬、思恩客广告、精准阳光、今久广告、博杰传媒、蓝色天幕、蓝色方略等本土业务品牌，以及香港 Metta 广告、We Are Social、Fuse Project、Vision7 及 Huntsworth 等海外业务品牌。蓝色光标集团持续服务于约 1,500 个国内外领先客户，其中财富 500 强企业近百个，客户涵盖信息技术、汽车、消费品、房地产、互联网、金融、文化娱乐等行业的领导品牌。虽然公司业务、人员、资产、机构、财务均与蓝色光

标及集团旗下企业相互独立，但依托于蓝色光标集团品牌和业务，蓝色光标开拓公关等其他服务客户的同时，公司可不断从中挖掘有活动需求的优质客户，从而形成联动协同效应。

2、竞争劣势

（1）融资渠道有限

公司服务对象主要为大客户，总体较为强势，账期较长，导致公司现金流较为紧张。公司资本金较小，主要靠自身盈利维持现金流，公司又属于轻资产型企业，不具备用于银行抵押借款的资产，因而融资渠道有限，有必要拓宽融资渠道。

（2）移动互联网效应整合不足

一场大型活动的参与主体既包括企业等活动主办方（B端），也包括参加现场会议的观众（C端），限于人员、区域等因素，公司此前主要将资源和精力集中于B端，与C端联系不足。移动互联网的出现和普及，使得采用线上发布活动信息、线上现场直播活动等直接面向C端进行活动营销的方式成为可能，但公司目前尚未利用移动互联网工具开拓线上板块，移动互联网效应整合不足。

第三节 公司治理

一、公司股东大会、董事会、监事会制度建立健全及运行情况

有限公司时期，公司按照《公司法》等法律法规制订了公司章程，并根据公司章程的规定建立了股东会，未设立董事会，设执行董事一名，未设立监事会，设监事一名。有限公司未专门制定《关联交易管理制度》、《对外投资融资管理制度》、《对外担保管理制度》、《总经理工作细则》等规章制度，公司章程未明确规定股东会、执行董事、总经理等在关联交易、对外投资、对外担保决策上的权限范围。

总体而言，公司作为上市公司蓝色光标的下属公司，治理相对规范，但有限公司股东会、董事、监事制度的建立和运行情况依然存在一定瑕疵，例如有限公司章程未明确规定股东会、董事会、总经理等在关联交易决策上的权限范围，造成有限公司时期部分关联交易未履行股东会或董事会决策程序；有限公司董事会、监事未形成书面的监事工作报告。

股份公司成立以来，按照《公司法》等相关法律法规的要求，建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的公司治理结构，建立健全了股东大会、董事会、监事会等相关制度。公司制订了《公司章程》、“三会”议事规则、《关联交易管理制度》、《对外投资融资管理制度》、《对外担保管理制度》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》等规章制度。

公司股东大会由4名股东组成，即上海品牌、上海励唐、方略投资、蓝标投资。其中公司股东上海品牌、上海励唐同受上市公司蓝色光标及其实际控制人所控制；股东方略投资为公司董事长、总裁罗坚控制的合伙企业，罗坚同时担任蓝色光标监事会主席；股东蓝标投资之合伙人丁晓东、王炼在蓝色光标部分下属公司任职董事等职务。

除此之外，股东之间无其他关联关系。董事会由5名成员组成，分别为罗坚、毛宇辉、张东、夏志平、王伟，其中罗坚为董事长；监事会由3名成员组成，分别为李莉、聂娜、王诗文，其中李莉为监事会主席，王诗文为职工监事。

公司建立了与生产经营及规模相适应的组织机构，设立了财务部、总裁办等后勤管理部门和八大事业部等业务部门，建立健全了内部经营管理机构，制定了相应的内部管理制度，比较科学地划分了每个部门的责任权限，形成了互相制衡的机制。

二、关于上述机构和相关人员履行职责情况的说明

股份公司自成立以来，共召开了3次股东大会、3次董事会会议和2次监事会会议。公司“三会”会议召开程序、决议内容均符合《公司法》等法律法规、《公司章程》和相关议事规则的规定，运作较为规范，会议决议、记录齐备。在历次“三会”中，公司能够依据《公司法》和《公司章程》的规定发布通知并按期召开股东大会、董事会、监事会会议，公司股东、董事、监事均能按要求出席参加相关会议，并履行相关权利义务。

“三会”决议内容完整，要件齐备，会议决议均能够正常签署，“三会”决议均能够得到执行。公司召开的监事会会议中，职工代表监事按照要求出席会议并行使了表决权。

总体而言，公司上述机构的相关人员均符合《公司法》的任职要求，基本能够按照“三会”议事规则履行其义务。股份公司成立以来，公司管理层增强了“三会”的规范运作意识，并注重公司各项管理制度的执行情况，重视加强内部控制制度的完整性及制度执行的有效性，依照《公司法》、《公司章程》和“三会”议事规则等规章制度规范运行，未发生损害股东、债权人及第三人合法权益的情形。

三、公司董事会对公司治理机制建设及运行情况的评估结果

（一）公司董事会对公司治理机制建设情况的评估结果

有限公司时期，公司按照《公司法》等法律法规制订了有限公司章程，并根据有限公司章程的规定建立了股东会，未设立董事会，设执行董事一名，未设立监事会，设监事一名。有限公司未专门制定《关联交易管理制度》、《对外投资融资管理制度》、《对外担保管理制度》、《总经理工作细则》等规章制度，有限公司章程未明确规定股东会、执行董事、总经理等在关联交易、对外投资、对外担保决策上的权限范围。

股份公司成立以来，按照《公司法》等相关法律法规的要求，建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的公司治理结构，建立健全了股东大会、董事会、监事会等相关制度。公司制订了《公司章程》、“三会”议事规则、《关联交易管理制度》、《对外投资融资管理制度》、《对外担保管理制度》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》等规章制度。具体如下：

1、投资者关系管理

《公司章程》第十三章“投资者关系管理”对公司投资者关系管理工作的宗旨、对象、沟通的内容、责任人及主要职责等均作了总括性规定，公司董事长是投资者关系管理事务的第一负责人，公司董事会是公司投资者关系管理的决策机构，负责制定投资者

关系管理的制度，并负责检查核查投资者关系管理事务的落实、运行情况，董事会秘书为公司投资者关系管理负责人，负责投资者关系管理具体工作，在全面深入了解公司运作和管理、经营状况、发展战略等情况下，负责组织、拟定、实施公司投资者关系计划，全面统筹、安排并参加公司重大投资者关系活动；公司通过公告、网站、电话、采访等渠道和方式加强与投资者的沟通和交流，在合法合规的前提下尽可能地回答投资者的问询。

2、纠纷解决机制

《公司章程》第三十三条规定：“公司、股东、董事、监事、高级管理人员之间涉及章程规定的纠纷，应当先行通过协商解决。协商不成的，可以通过诉讼方式解决”

《公司章程》第三十五条规定：“董事、高级管理人员执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，连续 180 日以上单独或合并持有公司 1%以上股份的股东有权书面请求监事会向人民法院提起诉讼；监事会执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，前述股东可以书面请求董事会向人民法院提起诉讼。监事会、董事会收到前款规定的股东书面请求后拒绝提起诉讼，或者自收到请求之日起 30 日内未提起诉讼，或者情况紧急、不立即提起诉讼将会使公司利益受到难以弥补的损害的，前款规定的股东有权为了公司的利益以自己的名义直接向人民法院提起诉讼。他人侵犯公司合法权益，给公司造成损失的，本条第一款规定的股东可以依照前两款的规定向人民法院提起诉讼。”

《公司章程》第三十六条规定：“董事、高级管理人员违反法律、行政法规或者本章程的规定，损害股东利益的，股东可以向人民法院提起诉讼”

3、关联股东和董事回避制度

《公司章程》第七十六条规定：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东可以就该关联交易事项作适当陈述，但不参与该关联交易事项的投票表决，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。”《股东大会议事规则》、《关联交易管理制度》也对关联股东回避作了相应规定。

《公司章程》第一百一十四条规定：“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关系董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。”《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》也对关联董事回避作了相应规定。

4、财务管理、风险控制机制

公司依照法律、行政法规和国家有关部门的规定，建立了财务管理等一系列管理制度，涵盖了公司各个业务环节，确保公司各项工作有章可循，形成了规范的管理体系。公司的财务关联制度和内部控制制度在完整性、有效性、合理性方面不存在重大缺陷，能够防止、发现、纠正错误，保证了财务资料的真实性、合法性、完整性，促进了公司经营效率的提高和经营目标的实现，符合公司发展的要求。

综上，股份公司通过制定《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》及《关联交易管理制度》、《对外投资融资管理制度》、《对外担保管理制度》等内部管理制度，建立健全了投资者关系管理、纠纷解决、关联股东与董事回避、财务管理及风险控制等相关内部管理机制，进一步完善了公司法人治理机制，能给股东提供合适的保护并保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利。公司将根据发展需要，及时补充和完善公司治理机制，更有效地执行各项内部制度，更好地保护全体股东的利益。

（二）公司董事会对公司治理机制运行情况的评估结果

总体而言，公司作为上市公司蓝色光标的下属公司，治理相对规范，但有限公司股东会、董事、监事制度的建立和运行情况依然存在一定瑕疵，例如有限公司章程未明确规定股东会、董事会、总经理等在关联交易决策上的权限范围，造成有限公司时期部分关联交易未履行股东会或董事会决策程序；有限公司董事会、监事未形成书面的监事工作报告。

股份公司自成立以来，共召开了3次股东大会、3次董事会会议和2次监事会会议。公司“三会”会议召开程序、决议内容均符合《公司法》等法律法规、《公司章程》和相关议事规则的规定，运作较为规范，会议决议、记录齐备。在历次“三会”中，公司能够依据《公司法》和《公司章程》的规定发布通知并按期召开股东大会、董事会、监事会会议，公司股东、董事、监事均能按要求出席参加相关会议，并履行相关权利义务。

“三会”决议内容完整，要件齐备，会议决议均能够正常签署，“三会”决议均能够得到执行。公司召开的监事会会议中，职工代表监事按照要求出席会议并行使了表决权。

总体而言，公司上述机构的相关人员均符合《公司法》的任职要求，基本能够按照“三会”议事规则履行其义务。股份公司成立以来，公司管理层增强了“三会”的规范运作意识，并注重公司各项管理制度的执行情况，重视加强内部控制制度的完整性及制度执行的有效性，依照《公司法》、《公司章程》和“三会”议事规则等规章制度规范运

行，未发生损害股东、债权人及第三人合法权益的情形。

四、公司及控股股东、实际控制人最近两年及一期违法违规及受处罚情况

（一）公司及子公司最近两年及一期违法违规及受处罚情况

最近两年及一期内，公司及子公司不存在重大违法违规行为。

（二）公司控股股东、实际控制人最近两年及一期违法违规及受处罚情况

最近两年及一期内，控股股东、实际控制人不存在重大违法违规行为。

五、公司独立性情况

（一）业务独立

公司主要在中国境内提供除房地产行业以外的活动营销服务，即通过帮助非房地产行业客户介入重大的社会活动或整合有效的资源策划大型活动，而迅速提高客户及其品牌知名度、美誉度和影响力，从而促进客户品牌影响力或产品销售的一种营销服务方式。公司具有完整的业务流程、独立的生产经营场所以及独立的采购、销售系统，在业务各个经营环节不存在对控股股东、其他关联方的重大依赖，不存在足以影响公司独立性或者显失公平的关联交易。因此，公司业务独立。

（二）资产独立

公司合法拥有与其目前经营有关的设备等资产的所有权或者使用权，股份公司由有限公司整体变更设立，原有限公司所有的办公设备等有形资产及域名等无形资产全部由股份公司承继，确保股份公司拥有独立完整的资产结构，具备与经营有关的办公设备和配套设施。截至本说明书签署之日，不存在资产被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情形。因此，公司资产独立。

（三）人员独立

公司依法独立与员工签署劳动合同，独立办理社会保险参保手续；公司员工的劳动、人事、工资报酬以及相应的社会保障完全独立管理。公司高级管理人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外其他职务的情况，也不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪的情况。因此，公司人员独立。

（四）机构独立

公司已经按照法律的规定以及《公司章程》的规定设立了股东大会、董事会、监事

会等组织机构，并规范运作；公司根据经营管理的需要设置了总经理（总裁）、财务负责人（财务总监）等高级管理人员；公司已经建立起独立完整的组织结构，各机构和各内部职能部门均按《公司章程》以及其他管理制度的职责独立运作，独立行使经营管理职权，不存在与实际控制人及其控制的其它企业有机构混同、合署办公的情形。因此，公司机构独立。

（五）财务独立

公司设立了独立的财务部门，建立了独立完整的会计核算体系和财务管理体系；公司财务人员独立；公司独立在银行开设账户；公司独立进行税务登记，依法独立纳税；截至本说明书签署之日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人以借款、代偿债务或者其他方式占用的情形。因此，公司财务独立。

六、同业竞争情况

（一）控股股东、实际控制人控制的其他企业

截至 2015 年 9 月 30 日，公司实际控制人控制的其他企业（包括控股股东上海品牌及其控制的企业）均为上市公司蓝色光标及其控制（直接或间接持股比例大于 50%）的企业，列表如下：

序号	名称	经营范围
1	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司 (上市公司)	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。（（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。））
2	北京蓝色光标公关顾问有限公司	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。（（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。））
3	电通蓝标（北京）公共关系顾问有限公司	公共关系咨询；企业形象策划；公共关系服务。
4	上海蓝色光标品牌顾问有限公司	企业形象策划，商务咨询，市场营销策划，广告设计、制作、代理。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
5	上海蓝色光标公关服务有限公司	市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），市场营销策划，企业形象策划，企业管理咨询，会务服务，展览展示服务，设计、制作、代理各类广告。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
6	北京思恩客广告有限公司	设计、制作、代理、发布广告；经济贸易咨询；市场调查（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）
7	北京蓝色光标娱乐传媒咨询有限公司	经济贸易咨询；企业策划；会议及展览服务；设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动（不含演出）；企

		业管理。
8	上海精准阳光生活传媒广告有限公司	设计、制作、代理、发布各类广告，商务信息咨询，企业形象策划，动漫设计，图文设计、制作，会展服务，礼仪服务，工艺礼品、纸制品、文化用品、通讯设备、日用百货、服装服饰、装潢材料的销售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
9	济南蓝色光标企业管理咨询有限公司	企业管理咨询，企业营销策划，经济贸易咨询（不含证券、期货咨询）；国内广告业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
10	上海美广互动广告有限公司	设计、制作、代理、发布各类广告，展览展示服务，投资管理，投资咨询（除金融、证券），公关活动组织策划，企业营销策划，商务咨询，企业管理咨询，图文设计制作，网页设计，从事计算机软硬件、计算机系统集成领域的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，计算机服务（除互联网上网服务营业场所），网络工程，计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）、五金交电、电子产品、日用品、机械设备的销售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
11	上海今久广告传播有限公司	广告设计、制作、代理、发布，图文设计制作，标牌制作，室内装饰工程设计，室内外装潢工程，企业形象策划，公关活动组织策划，商务咨询，企业营销策划，会务服务，企业管理咨询，展览展示服务，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），文化艺术交流策划，舞台设计、布置，文化办公用品、工艺品、电子产品的销售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
12	上海欣风翼市场营销顾问有限公司	市场营销策划，企业形象策划，展览展示服务，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），商务咨询，设计、制作、代理各类广告，利用自有媒体发布广告，从事计算机软硬件技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，通讯器材、日用品、摄影摄像器材、办公设备、字画（除文物）、五金交电、机电设备、计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）、工艺品的销售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
13	海南今久广告传播有限公司	广告设计、制作、代理、发布国内广告，图文设计制作，标牌制作，室内装饰工程设计，室内外装潢工程，企业形象策划，公关活动组织策划，商务咨询，企业营销策划，会务服务，企业管理咨询，展览展示服务，市场信息咨询与调查，文化艺术交流策划，舞台设计、布置，文化办公用品，工艺品、电子产品的销售。
15	北京指点互动广告有限公司	设计、制作、代理、发布广告；承办展览展示；会议服务；公关服务；企业策划；营销策划；电脑图文设计制作；市场调查；经济贸易咨询；电脑动画设计；销售文化用品、家具、家用电器、工艺品（不含文物）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）
16	上海精准阳光文化传播有限公司	设计、制作、代理、发布各类广告，商务咨询，企业形象策划，动漫设计，图文设计制作，会务服务，展览展示服务，

		礼仪服务，工艺品、纸制品、办公用品、通讯设备、日用百货、服装服饰、装饰装修材料的销售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
17	安卓越科技（北京）有限公司	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；专业承包；计算机系统服务；计算机技术培训；教育咨询；投资咨询；电脑图文设计；企业管理咨询；产品设计；软件开发。
18	上海励唐会展策划服务有限公司	企业形象策划，设计、制作、代理各类广告。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
19	山南蓝色光标数字营销有限公司	设计、制作、代理、发布各类广告，市场营销策划，展览展示服务，公关活动组织策划，企业营销策划，商务咨询，企业管理咨询。
20	北京今久联合房地产经纪有限公司	从事房地产经纪业务；房地产信息咨询；设计、制作、代理、发布广告；会议及展览服务；电脑图文设计；组织文化艺术交流活动（不含演出）。（领取本执照后，应到区县建委、房管局备案、经纪人住所地工商行政管理局合同科备案）
21	北京全经联合时代文化传播有限责任公司	组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议及展览服务；设计、制作、代理、发布广告；技术推广服务；企业管理咨询；经济贸易咨询；投资咨询；投资管理；企业策划；市场调查；礼仪服务；公共关系服务；电脑图文设计、制作。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）
22	We Are Very Social Limited	境外公司，无经营范围
23	蓝色光标国际传播集团有限公司	品牌管理顾问服务；公关关系咨询和服务；会议管理和服务；设计、制作、代理、发布广告
24	北京飞鸟创想公关顾问有限公司	公共关系服务；经济贸易咨询；企业管理；企业策划；设计、制作、代理、发布广告；市场调查；承办展览展示；会议服务；电脑图文设计、制作；计算机系统集成；销售电子产品、计算机软件及辅助设备。
25	北京蓝色天幕传媒广告有限公司	设计、制作、代理、发布广告；软件开发；展览展示服务；投资管理；投资咨询；电脑图文设计、制作；企业策划；经济贸易咨询；企业管理咨询；技术推广服务。（下期出资时间为2016年02月18日。）
26	密达美渡传播有限公司	境外公司，无经营范围
27	北京美广互动广告有限公司	设计、制作、代理、发布广告；展览服务；投资管理；投资咨询；公关策划；电脑图文设计、制作；企业策划；经济贸易咨询；企业管理咨询；技术推广服务；销售计算机、软件及辅助设备、五金交电、电子产品、日用品、机械设备。
28	蓝色光标国际传播集团（美国）有限公司	境外公司，无经营范围
29	思恩客（香港）广告有限公司	境外公司，无经营范围
30	蓝色光标（天津）市场营销有限公司	企业营销策划；设计、代理、发布各类广告；动漫设计；展览展示服务；公关活动组织策划；商务咨询，企业管理咨询；图文设计制作；网页设计；从事计算机软硬件、计算机系统集成、电子产品、数字、网络技术领域内技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；网络工程；计算机系统集成；计算机数据处理；从事货物与技术的进出口业务；计算机、软

		件及辅助设备、电子产品、五金交电、日用品、机械设备销售；互联网上经营化妆品、饰品、电子产品、软件、办公用品、服装；预包装食品兼散装食品批发兼零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
31	蓝色光标（上海）投资管理有限公司	投资管理，实业投资，企业管理咨询；企业形象策划；会议服务；设计、制作、代理各类广告；从事货物及技术的进出口业务，转口贸易；区内企业间的贸易及贸易代理；房地产开发，园林绿化建设工程施工，电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务）。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
32	Phluency Inc.	境外公司，无经营范围
33	北京北联伟业电子商务有限公司	销售食品；销售文具用品、服装、日用品、工艺品、电子产品、化妆品；设计、制作、发布、代理广告；组织文化艺术交流活动（不含演出）；承办展览展示活动；经济贸易咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）
34	上海美广云商电子商务有限公司	批发非实物方式：预包装食品（不含熟食卤味、冷冻冷藏）、乳制品（含婴幼儿配方乳粉），电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务），家用电器、电子产品、照明设备、音响设备、数码产品、机械设备、五金交电、办公用品、文具用品、计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专业产品）、日用品、化妆品、卫生用品、化工产品（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）、体育用品、服装服饰、日用百货、工艺品、家具、仪器仪表、一类医疗器械、金属材料销售，从事网络技术、计算机技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，设计、制作、代理各类广告，利用自有媒体发布广告，公关活动组织策划，市场营销策划，文化艺术交流策划，体育赛事策划，创意服务，会务服务，商务咨询，企业管理咨询，投资咨询（除金融、证券），投资管理，多媒体设计制作，动漫设计，从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
35	陕西蓝色光标品牌顾问有限公司	企业品牌管理；企业营销策划咨询；市场公关策划；广告的设计、制作、代理、发布；会务服务。（上述经营范围涉及许可经营项目的，凭许可证明文件或批准证书在有效期内经营，未经许可不得经营）
36	蓝色光标电子商务（上海）有限公司	电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务），家用电器、电子产品、摄影摄像器材、数码产品及配件、机械设备、五金交电、办公用品、文具用品、计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）、日用品、化妆品、卫生用品、化工产品（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）、体育用品、针纺织品、服装、鞋帽、日用百货、避孕套、血压计、家用血糖仪、体温计、钟表、眼镜（除隐形眼镜）、家具、金银珠宝饰品、玩具、工艺品、汽摩配件、工量具、仪器仪表、建筑材料、装饰装潢材料、陶瓷制品、卫生间用具、橡塑制品、金属材料、一类医疗器械、字画（除文物）的销售，从事货物及技术的进出口业务，从事网络技术、计算机技术领域内的技术

		开发、技术转让、技术咨询、技术服务，设计、制作、代理各类广告，利用自有媒体发布广告，公关活动组织策划，市场营销策划，文化艺术交流策划，体育赛事策划，创意服务，会务服务，商务咨询，企业管理咨询，投资咨询（除金融、证券），投资管理，多媒体设计制作，动漫设计。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
37	北京捷报数据技术有限公司	计算机软硬件开发；专业承包；技术服务；维修计算机；企业管理咨询；市场调查；企业营销策划；企业形象策划。
38	浙江蓝色光标数据科技有限公司	从事计算机软硬件、计算机系统集成、电子产品、数字、网络技术领域内技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；网络工程；计算机数据处理；网页设计；图文设计制作；动漫设计；广告设计、制作、代理、发布；企业营销策划；公关活动组织策划；企业管理咨询；商务信息咨询；展览展示服务；从事货物与技术的进出口业务；计算机、软件及辅助设备、电子产品、五金交电、日用品、机械设备销售；互联网上经营化妆品、饰品、电子产品、软件、办公用品、服装。
39	北京东方博杰广告有限公司	设计、制作、代理、发布国内及外商来华广告；承办展览展示；组织文化艺术交流活动（演出除外）；广告信息咨询。（未取得专项许可的项目除外。）
40	沈阳新维广告有限公司	广告设计、制作、代理、发布；房地产开发项目策划与咨询服务、大型会议展示；活动组织策划；商务信息、经济信息咨询服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）
41	蓝色维勒有限公司	境外公司，无经营范围
42	1861710 ALBERTA INC.	境外公司，无经营范围
43	Vision 7 International ULC	境外公司，无经营范围
44	BLUEFOCUS COMMUNICATION GROUP OF AMERICA, INC.	境外公司，无经营范围
45	哈尔滨今维文化传媒有限公司	广告设计、制作、代理、发布、房地产开发项目策划与咨询服务、大型会议展示；活动组织策划；商务信息、经济信息服务。
46	长春新维恒通广告有限公司	广告设计、制作（不含灯箱、牌匾广告制作）、代理、发布；房地产开发项目策划与咨询服务；大型会议展示；活动组织及策划；商务信息、经济信息咨询服务（依法需经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）
47	北京蓝色天幕传媒广告有限公司	设计、制作、代理、发布广告；软件开发；展览展示服务；投资管理；投资咨询；电脑图文设计、制作；企业策划；经济贸易咨询；企业管理咨询；技术推广服务。（下期出资时间为2016年02月18日。）
48	蓝色光标（天津）移动互联科技有限公司	技术推广服务、技术服务、技术开发；基础软件服务；组织文化艺术交流活动；承办展览展示；企业管理咨询；企业策划；公关活动组织策划；市场营销策划；文化艺术交流策划；会议服务；创意服务；设计、制作、代理、发布广告；电脑图文设计。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
49	蓝合汽车销售（上海）有限	汽车、汽车零配件、轮胎、汽车装饰用品、电子产品、摄影

	公司	摄像器材、数码产品及配件、机械设备、五金交电、办公用品、文具用品、计算机、软件及辅助设备、日用品、化妆品、卫生用品、化工产品及其原料（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）、体育用品、针纺织品、服装、鞋帽、钟表、眼镜（除隐形眼镜）、工艺品、汽摩配件、工量具、仪器仪表的销售，从事货物及技术的进出口业务，转口贸易，区内企业间的贸易及贸易代理，汽车保养技术咨询服务，电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务），公关活动组织策划，市场营销策划，文化艺术交流策划，创意服务，会务服务，商务咨询，企业管理咨询，投资咨询，投资管理，多媒体设计制作，动漫设计，广告设计、代理。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
50	蓝色光标无限互联（北京）投资管理有限公司	投资管理；项目投资；技术推广；技术服务；技术开发；基础软件服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；承办展览展示；企业管理咨询；企业策划；会议服务；设计、制作、代理、发布广告；电脑动画设计。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）
51	蓝色光标国际传播有限公司	境外公司，无经营范围
52	西藏山南北联伟业电子商务有限公司	销售文具用品、服装、日用品、工艺品、电子产品、化妆品、化工产品（不含危险化学品及一类易制毒品）汽车配件、汽车润滑油、摩托车配件、仪器仪表、陶瓷制品、橡胶及塑料制品、钟表眼镜、玩具、家具、金银珠宝首饰、饲料、电子出版物、玉器；广告设计、制作；组织文化艺术交流活动（不含演出）；承办展览展示活动；经济贸易咨询、商务咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
53	Madhouse Inc.	境外公司，无经营范围
54	Domob Limited	境外公司，无经营范围
55	多盟智胜网络技术（北京）有限公司	技术开发、技术推广、技术咨询、技术服务；设计、制作、代理、发布广告。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）
56	蓝色光标天地互联科技（北京）有限公司	技术推广、技术服务、技术开发、技术咨询；基础软件服务；投资管理；项目投资；组织文化艺术交流活动（不含演出）；承办展览展示活动；企业管理咨询；企业策划；会议服务；设计、制作、代理、发布广告；电脑动画设计；销售计算机、软件及辅助设备。（（1、不得以公开方式募集资金；2、不得公开交易证券类产品和金融衍生品；3、不得发放贷款；4、不得向所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益。）依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
57	北京指点互动广告有限公司	设计、制作、代理、发布广告；承办展览展示；会议服务；公关服务；企业策划；营销策划；电脑图文设计制作；市场调查；经济贸易咨询；电脑动画设计；销售文化用品、家具、家用电器、工艺品（不含文物）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）
58	北京蓝色印象品牌顾问有限公司	经济贸易咨询；企业形象策划；公共关系服务；会议服务；设计、制作、代理、发布广告。

59	上海蓝色光标数字文化传播 有限公司	设计、制作、代理、发布各类广告，动漫设计，展览展示服务，投资管理，投资咨询（除金融、证券），公关活动组织策划，企业营销策划，商务咨询，企业管理咨询，图文设计制作，网页设计，从事计算机软硬件、计算机系统集成、电子产品、数字、网络技术领域内技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，网络工程，计算机系统集成，计算机数据处理，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），从事货物与技术的进出口业务，计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）、电子产品、五金交电、日用品、机械设备的销售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
60	广州蓝色光标市场顾问有限 公司	企业形象策划服务;公共关系服务;市场调研服务;市场营销策划服务;广告业;会议及展览服务
61	深圳蓝色光标互动营销有限 公司	经营广告业务，动漫设计，展览展示服务，投资管理，投资咨询（除金融、证券），公关活动组织策划，企业营销策划，商务咨询，企业管理咨询，图文设计制作，网页设计、从事计算机软硬件、计算机系统集成、电子产品、数字、网络技术领域内技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，网络工程，计算机系统集成，计算机数据处理，从事货物与技术的进出口业务，计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）、电子产品、五金交电、日用品、机械设备的销售。
62	北京智扬唯美科技咨询有限 公司	技术推广服务；企业策划；经济贸易咨询；会议服务；设计、制作、代理、发布广告；电脑动画设计；承办展览展示活动；投资管理；投资咨询；企业管理咨询；计算机系统服务；数据处理；销售计算机、软件及辅助设备、电子产品。
63	深圳蓝色光标企业策划有限 公司	企业形象策划；经济信息咨询；会务策划；从事广告业务。
64	北京欣风翼科技有限公司	技术开发、服务、培训；信息咨询（不包含中介服务）；房地产信息咨询；企业形象策划；计算机软件开发；彩扩；物业管理；承办展览展示活动；市场调研；销售通讯器材、日用品、照相器材、办公设备、五金交电、机电设备、计算机软件及外设、工艺美术；劳务派遣。
65	北京畅益思科技发展有限公司	技术开发；技术服务；技术培训；信息咨询（除中介服务）；劳务服务；承办展览展示；市场调查；企业形象设策划；销售百货、通讯器材、五金交电、化工产品（不含危险化学品及一类易制毒化学品。）、汽车配件、摩托车配件、金属材料、机电设备、计算机软硬件及外围设备、工艺美术品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）
66	广州精传广告有限公司	广告业
67	上海精传广告有限公司	设计、制作、代理、发布各类广告，展览展示服务，礼仪服务，企业形象策划，商务信息咨询，投资管理，图文设计、制作，销售工艺礼品、文体用品、纸制品、通讯设备、装潢材料、日用百货。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
68	上海尊品生活广告有限公司	各类广告的设计、制作、发布、代理。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

69	北京生活先锋广告有限公司	设计、制作、代理、发布广告。
70	北京今久广告传播有限责任公司	第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务）（中华人民共和国增值电信业务经营许可证有效期至2017年8月17日）；设计、制作、代理、发布广告；企业策划；经济贸易咨询；企业管理咨询；会议及展览服务；市场调查；组织文化艺术交流活动（不含演出）；舞台灯光音响设计；销售文具用品、工艺品、电子产品。（其中实物出资为65.8万元）
71	北京东方传通广告有限公司	设计、制作、代理、发布广告；企业策划；经济贸易咨询；企业管理咨询；会议及展览服务；市场调查；组织文化艺术交流活动（不含演出）；舞台灯光音响设计；销售文具用品、工艺品、电子产品。
72	蓝色光标电子商务国际集团有限公司	电子商务（不得从事增值电信、金融业务）、跨境电子商务、从事货物及技术的进出口业务、零售业务，从事网络技术、技术咨询、技术服务，设计、制作、代理各类广告，市场营销策划，投资咨询（除金融、证券），投资管理。
73	青岛时代新维网络科技有限公司	网络技术开发（不含互联网信息服务及电信增值业务）；设计、制作、代理、发布国内广告业务；房地产经纪。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
74	北京蓝色光标电子商务股份有限公司	网上贸易代理；网上商务咨询；销售家用电器、电子产品、机械设备、五金交电、文具用品、计算机、软件及辅助设备、日用品、化妆品、化工产品（不含危险化学品）、体育用品、针纺织品、服装、鞋帽、避孕套、钟表、眼镜、家具、首饰、玩具、工艺品、汽车配件、摩托车配件、仪器仪表、建材、卫生间用具、金属材料、I类医疗器械；货物进出口；技术进出口；代理进出口；技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；设计、制作、代理、发布广告；市场调查；企业策划；体育运动项目经营（高危险性体育项目除外）；创意服务；会议及展览服务；企业管理咨询；投资咨询；投资管理；电脑图文设计；家庭服务；软件开发。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）

（二）控股股东、实际控制人控制的其他企业与公司的同业竞争情况及解决措施

1、报告期内的同业竞争情况

公司与实际控制人控制的其他企业同属于上市公司蓝色光标集团体系，蓝色光标传播集团是一家为大型企业和组织提供品牌管理与营销服务的专业企业。集团主营业务包括整合营销（包括数字营销、公共关系、广告创意策划和媒体代理、活动管理和国际传播等）、电子商务、移动互联和大数据，集团及其下属单位按照自身擅长的业务领域，在主营业务上各有侧重，蓝色方略主营的活动营销服务仅是集团营销业务体系的其中一项细类。

报告期内，上述企业中，除蓝色光标本身专设活动部主营活动营销业务而与公司存在同业竞争以外，其他企业主要以广告营销、数字营销、电子商务等为主要业务，并不以活动营销服务为主要业务。在通常情况下，公司控股股东、实际控制人控制的其他企业自身或其客户产生举办活动进行营销的需求时，一般将该业务外包给公司执行，但偶尔也有部分企业在提供广告等营销服务的同时，将活动作为辅助方式进行了营销，从而导致与公司产生一定程度的同业竞争。

2、同业竞争的解决措施

(1) 蓝色方略接管蓝色光标的活动部员工及境内活动营销服务业务（除房地产行业）

公司目前的主要业务限于在中国境内提供除房地产行业以外的活动营销服务。为解决同业竞争问题，自 2015 年起，蓝色光标已陆续将其活动部的员工转至公司，并逐步停止开展活动营销服务业务。截至 2015 年 9 月 30 日，公司已接受完毕蓝色光标的活动部员工，控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不再在中国境内提供除房地产行业以外的任何活动营销服务。针对境内房地产行业的活动营销业务，基于房地产行业圈子封闭等因素考虑，公司未来将不涉足房地产行业的活动营销服务，相关业务由蓝色光标集团体系内主营房地产广告的今久广告及其下属子公司负责。针对境外活动营销业务，基于文化差异、地域保护等因素，公司不曾也不考虑在境外开展活动营销服务。至此，控股股东、实际控制人及其控制的其他企业主营业务与公司不再存在同业竞争。

(2) 上市公司蓝色光标以董事会决议形式确定将境内活动营销服务业务（除房地产行业）划归为公司独家经营

为进一步明确公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的业务划分，上市公司蓝色光标于 2015 年 9 月 30 日召开董事会，通过《关于将活动营销服务业务（除房地产行业）划归为北京蓝色方略整合营销顾问股份有限公司独家经营的议案》并发布公告如下：

“蓝色方略（北京）咨询有限公司已于 2015 年 9 月 6 日整体变更为北京蓝色方略整合营销顾问股份有限公司（以下简称‘蓝色方略’），蓝色方略作为公司独立的线下活动营销业务板块，主要提供活动营销服务，即通过帮助客户介入重大的社会活动或整合有效的资源策划大型活动，而迅速提高客户及其品牌知名度、美誉度和影响力，从而促进客户产品销售的一种营销服务方式。为进一步明确公司及公司控制的其他单位和蓝色方略的业务定位，避免公司、公司控制的其他单位的业务开展与蓝色方略形成竞争而对

蓝色方略申请新三板挂牌构成障碍，现拟将公司及公司控制的其他下属单位的活动营销服务业务（除房地产行业）全部划归为蓝色方略经营，并签署和促使控制的其他单位签署附件《避免同业竞争及规范关联交易承诺函》。房地产行业的活动营销服务业务则由公司控制的北京今久广告传播有限责任公司及其子公司经营，蓝色方略不经营房地产行业的活动营销服务业务。”

（3）实际控制人及其控制的其他企业（包括控股股东）出具避免同业竞争承诺函

① 公司实际控制人出具了《关于避免同业竞争及利益冲突的声明与承诺》，承诺：

“（1）本人目前没有、将来（作为实际控制人期间）也不直接或间接从事除公司以外与公司及其控股的子公司现有及将来（作为实际控制人期间）相同、相似业务或构成同业竞争的其他活动。

（2）本人控制的公司或者企业（附属公司或者附属企业）目前没有及在拥有公司实际控制权期间也不会以任何方式（包括但不限于自营、合资或联营）参与或进行与公司主营业务存在竞争的业务活动。

（3）凡本人控制的公司或者企业（附属公司或者附属企业）有任何商业机会可从事、参与或入股任何可能会与公司及其控股的子公司生产经营构成竞争的业务，本人会尽可能将上述商业机会让予公司。

（4）本人将充分尊重公司的独立法人地位，保障公司的独立经营、自主决策，将严格按照《公司法》以及《公司章程》之规定，促使公司管理层依法履行其应尽的诚信和勤勉责任。

（5）如果本人违反上述声明、保证与承诺，并造成公司及其控制的子公司经济损失的，本人愿意对违反上述承诺而给公司及其控制的子公司造成的经济损失承担相应赔偿责任。”

② 今久广告出具《避免同业竞争及规范关联交易承诺函》，承诺：

“1、本单位及下属子公司曾从事线下活动营销服务，与蓝色方略存在一定程度的同业竞争。为解决同业竞争问题，本单位承诺：自签署本承诺之日起，本单位及下属子公司的活动业务将仅限于蓝色方略不涉足的房地产行业，本单位及下属子公司不再直接从事或参与任何与蓝色方略存在同业竞争的业务，亦不以任何形式取得任何在商业上对蓝色方略构成直接竞争的经济实体、机构、经济组织的控制权。如有除房地产领域以外

的其他行业的线下活动营销业务机会，本单位及下属子公司将转让给蓝色方略，并尽力促使由客户与蓝色方略直接签订相关合同。

2、本单位及下属子公司承接的业务在执行过程中，根据客户的不同情况，可能会产生举办线下活动的业务需求，针对此情况，本单位承诺：在同等条件下，本单位及下属子公司优先将除房地产行业以外的线下活动营销业务委托给蓝色方略，并按市场情况公允定价。

3、本单位在作为蓝色方略关联单位期间，本承诺持续有效，不得撤销。

4、本单位愿意承担因违反上述承诺而给蓝色方略造成的全部经济损失。”

③ 蓝色光标代表其控制的境外公司出具《避免同业竞争承诺函》，承诺：

“1、本单位控制的境外公司，未在中国境内从事与蓝色方略存在竞争的业务；

2、本单位控制的境外公司，将不以任何形式取得任何在商业上对公司构成竞争的经济实体、机构、经济组织的控制权。

3、本单位在作为公司境外关联单位的控制方期间，本承诺持续有效，不得撤销。

4、本单位愿意承担因违反上述承诺而给公司造成的全部经济损失。”

④ 实际控制人控制的其他企业出具《避免同业竞争及规范关联交易承诺函》，承诺：

“1、自签署本承诺之日起，本单位不再直接从事或参与与蓝色方略存在同业竞争的线下活动营销服务，亦不以任何形式取得任何在商业上对蓝色方略构成直接竞争的经济实体、机构、经济组织的控制权。

2、本单位承接的业务在执行过程中，根据客户的不同情况，可能会产生提供线下活动营销服务的业务需求，针对此情况，本单位承诺：在同等条件下，优先将该线下活动营销服务委托给蓝色方略，并按市场情况公允定价。

3、本单位在作为蓝色方略关联单位期间，本承诺持续有效，不得撤销。

4、本单位愿意承担因违反上述承诺而给蓝色方略造成的全部经济损失。”

（三）关于控股股东、实际控制人控制的部分企业与公司经营范围重合可能导致潜在同业竞争风险的专项说明

公司目前经营范围为：企业策划；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议及展览服务；销售工艺美术品、日用品、文具用品、五金交电、电子产品、机械设备。公司实际控制人控制的多家企业虽然已承诺不再从事境内除房地产以外的活动营销业务，但

从经营范围上看，确实与公司仍然存在经营范围相同或相似的情况。

从经营范围重合的合理性角度来看：针对“企业策划”，公司与实际控制人控制的其他企业所提供的服务确实均可以归类于企业策划服务，但公司限于企业活动营销策划，而其他企业则侧重于广告策划、公关策划等，各方主营业务方向有所区别，但工商系统对企业经营范围的登记要求较为模板化和笼统化，公司与实际控制人控制的其他企业实际无法按照自身侧重的主要业务进行细类经营范围的设定，如公司原计划将经营范围限于“组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议及展览服务”，但在进行工商变更时，工商局要求加入大类“企业策划”，导致了与其他企业在经营范围上的重合；针对“组织文化艺术交流活动”、“会议及展览服务”、“会议服务”等其他经营范围的重合，由于实际控制人控制的其他企业各自独立经营，在设立或被蓝色光标收购当时，公司未计划单独申请在全国中小企业股份转让系统挂牌的计划，因此这些企业在申请登记经营范围时，也并未考虑经营范围可能与公司重合的问题，而仅从现实角度尽可能多的登记业务类别，以便于承接各类业务，从而导致了与公司经营范围有所重合的现状。但该类企业并不以组织活动或提供会议服务为主要业务，尤其是蓝色光标从上市公司董事会层面确定业务划转方案和各家公司签署关于与公司避免同业竞争的承诺之后，这些公司保留这些经营范围也仅仅限于承接业务，但活动营销服务的实际执行只能外包给公司或外部其他专业的活动营销服务公司执行，不得自行开展活动营销服务业务。因此，公司与实际控制人控制的其他企业经营范围有所重合的情况具有合理性。

从经营范围变更的非必要性角度来看：当前，我国《公司法》与《公司登记管理条例》已放宽法律上对于企业经营范围的限制。司法实践中，只要不违反法律的强制性或限制性规定，公司超越经营范围签订的合同一般都会被认定为有效合同，只有违反国家限制经营、特许经营以及法律、行政法规禁止经营的规定的业务，公司超越经营范围订立的合同才会被认定无效。活动营销服务不属于国家限制经营、特许经营以及法律、行政法规禁止经营的规定的业务。从这个角度来看，即使实际控制人控制的其他企业将经营范围变更为与公司完全不同，这些企业依然可以从事活动营销业务，且其签署的活动营销服务合同依然有效。可见，变更经营范围并不能从实质上解决潜在同业竞争问题，要求实际控制人控制的其他企业将经营范围变更为与公司完全不同，并不具有实质上的必要性。

从经营范围重合造成的实质影响来看：一场完美的活动是一个系统工程，涉及主办方、受众群、赞助商、配套服务商等各类群体，需要专业人才兼具方案策划能力、资源

整合能力、操作执行能力等，并且由于一个细节的差错就可能导致一场活动的失败，活动营销往往不容许有任何的疏忽。因此，活动营销服务的行业壁垒较高，对人才和经验的要求均高于一般行业。公司自 2015 年起已陆续接收蓝色光标集团体系内从事活动业务的相关人员，截至 2015 年 9 月 30 日，蓝色光标集团体系内有能力提供除房地产行业以外的活动营销服务的人员和资源均已转至公司旗下，故即使其他公司保留类似的经营范围，在没有专业人才和行业经验的情况下，也不具有在境内开展除房地产行业以外的活动营销业务的实质能力。因此，上述公司保留经营范围亦不会对公司业务构成实质的竞争性影响。

从经营范围变更的现实可行性角度来看：由于实际控制人控制的企业众多，且分散于全国各地，经营范围变更需履行股东会决议、工商变更登记、换领营业执照等诸多手续，大批量的经营范围变更手续，将影响蓝色光标上市公司体系内众多公司的业务正常开展。因此，短期内，要求所有实际控制人控制的企业变更经营范围亦不具有现实可行性。

传播渠道是品牌和产品营销的必备媒介，从集团体系而言，蓝色光标致力于构建全方位的传播渠道，包括传统媒体广告渠道、线上互联网渠道、线下互动活动渠道等等，以便于为客户提供全方位且更加有效的整合营销服务。从业务定位角度来说，公司作为蓝色光标集团体系的一员，一方面通过自身提供的活动营销服务使得集团全方位的整合营销体系更为完整，另一方面也仅专注于自身的活动营销板块，而不涉及集团整合营销体系内除了活动营销服务以外的其他板块，如传统媒体广告营销服务、互联网营销服务等。蓝色光标集团体系内的其他企业通过采取以上措施后，公司的业务定位更加明确，即在中国境内提供除房地产行业以外的活动营销服务，公司活动营销服务的核心在于“活动”，从营销媒介角度来看，公司的营销媒介仅限于产品发布会、企业年会等活动形式，而蓝色光标及其控制的其他企业的营销媒介则主要以互联网、传统媒体等除活动以外的其他形式为营销媒介形式，公司的营销媒介与蓝色光标及其体系内的其他企业具有明显不同。

为应对实际控制人控制的其他企业违反承诺开展活动营销业务的潜在风险，公司通过多年的发展，已在活动营销服务领域积累了较多的客户、供应商等资源，今后将通过各种渠道直接或间接了解实际控制人控制的其他企业是否在境内开展了除房地产行业以外的活动营销业务，一旦发现此类情况，将依据其出具的书面承诺，自行或委托律师发出函告，要求其停止开展活动营销业务，若已经对公司造成损失的，公司将按照实际

情况要求索赔。

综上，截至本说明书签署日，就中国境内除房地产行业以外的活动营销业务而言，蓝色方略与实际控制人及其控制的其他企业不再存在竞争关系，解决同业竞争的措施已彻底。

七、公司近两年及一期关联方资金占用和对关联方的担保情况

（一）资金占用情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。

（二）对外担保情况

报告期内，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

（三）防止股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的制度安排

为防止股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为发生，保障公司权益，公司制定和通过了《公司章程》、“三会”议事规则、《对外投资融资管理制度》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》等内部管理制度，对关联交易、购买出售重大资产、重大对外担保等事项均进行了相应制度性规定。这些制度措施，将对关联方的行为进行合理的限制，以保证关联交易的公允性、重大事项决策程序的合法合规性，确保了公司资产安全，促进公司健康稳定发展。

八、公司董事、监事、高级管理人员情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持股情况

截至本说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员未直接持有公司股份，间接持股情况如下：

姓名	职务	间接持股数量（股）	间接持股比例（%）
罗坚	董事长、总裁	2,828,430	19.80
毛宇辉	董事	-	-
张东	董事	-	-
夏志卫	董事	-	-
王伟	董事	-	-
李莉	监事会主席	-	-

聂娜	监事	-	-
王诗文	职工监事	-	-
杨季	副总裁、董事会秘书	28,570	0.20
张力珍	财务总监		
合计	-	2,857,000	20.00

注：罗坚、杨季通过方略投资（直接持有公司 20.00%股份）间接持有公司股份。

（二）董事、监事、高级管理人员相互之间的亲属关系

截至本说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系。

（三）董事、监事、高级管理人员与公司签订重要协议或作出重要承诺

截至本说明书签署之日，除董事毛宇辉、张东、夏志卫、王伟外，公司其他董事、监事、高级管理人员均已与公司签署了《劳动合同》、《保密协议》等。

公司所有董事、监事、高级管理人员均已签署《避免同业竞争及规范关联交易承诺函》等承诺。

（四）董事、监事、高级管理人员的兼职情况

截至本说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员除在公司及子公司的任职情况外，其他兼职情况如下：

姓名	职务	兼职情况		
		兼职情况	兼任职务	与公司关系
罗坚	董事长、 总裁	北京盛世鸿天会展服务有限公司	执行董事、总经理	子公司
		蓝海腾悦（北京）旅行社有限公司	执行董事、总经理	
		芒果树园（北京）商贸有限公司	总经理	
		拉萨蓝色方略信息咨询有限公司	执行董事	
		北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	监事会主席	实际控制人控制的其他企业
		活动树（北京）科技有限公司	执行董事、总经理	董事、总裁控制的企业
		活动树信息技术（北京）有限公司	执行董事	
		活动树集团（香港）有限公司	董事长	
		活动树集团有限公司	董事长	
		罗坚控股有限公司	董事长	
		长春方略咨询有限公司	执行董事、总经理	
		霍尔果斯方略股权投资管理合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	
北京奇迹天地体育发展有限公司	监事	董事、总裁兼职的企业		
毛宇辉	董事	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		上海蓝色光标公关服务有限公司	董事	

		西藏山南东方博杰广告有限公司	董事、总经理	实际控制人间接持有权益但未构成控制的企业
		上海精准阳光文化传播有限公司	执行董事	
		北京飞鸟创想公关顾问有限公司	执行董事	
		精准阳光（北京）传媒广告有限公司	董事、总经理	
		北京蓝色天幕传媒广告有限公司	董事长	
		广州蓝色光标市场顾问有限公司	董事	
		北京今久广告传播有限责任公司	董事	
		北京东方传通广告有限公司	执行董事、总经理	
		上海易络客网络技术有限公司	董事	
		天津合创视际广告有限公司	董事长	
张东	董事	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	财务总监	实际控制人控制的其他企业
		北京捷报数据技术有限公司	董事	
夏志卫	董事	北京蓝色光标娱乐传媒咨询有限公司	执行董事、总经理	实际控制人控制的其他企业
		精准阳光（北京）传媒广告有限公司	董事	
		上海蓝色光标公关服务有限公司	董事	
		北京今久广告传播有限责任公司	监事	
		蓝色光标电子商务（上海）有限公司	监事	实际控制人间接持有权益但未构成控制的企业
		西藏山南东方博杰广告有限公司	监事	
		北京博看文思科技有限责任公司	董事	
		上海能因博知品牌管理有限公司	监事	
天津合创视际广告有限公司	监事			
王伟	董事	北京东方永泰投资管理有限公司	总裁	董事控制的企业
李莉	监事会主席	-	-	
聂娜	监事	-	-	
王诗文	职工监事	-	-	
杨季	副总裁	蓝海腾悦（北京）旅行社有限公司	监事	子公司
		芒果树园（北京）商贸有限公司	监事	
		拉萨蓝色方略信息咨询有限公司	监事	
张力珍	财务总监	-	-	

公司董事、监事、高级管理人员不存在对外投资与申请挂牌公司存在利益冲突的情况。

（五）董事、监事、高级管理人员的对外投资情况

姓名	职务	对外投资单位	投资比例（%）
罗坚	董事长、总裁	长春方略咨询有限公司	100.00
		霍尔果斯方略股权投资管理合伙企业（有限合伙）	99.00

		活动树（北京）科技有限公司	62.00
		活动树信息技术（北京）有限公司	43.40
		活动树集团（香港）有限公司	43.40
		Huodongshu Group Limited（开曼公司）	43.40
		Roger Holding Limited（BVI公司）	100.00
毛宇辉	董事	-	-
张东	董事	-	-
夏志卫	董事	北京蓝色光标娱乐传媒咨询有限公司	44.00
王伟	董事	北京东方永泰投资管理有限公司	90.00
李莉	监事会主席	-	-
聂娜	监事	-	-
王诗文	职工监事	-	-
杨季	副总裁	-	-
张力珍	财务总监	-	-

公司董事、监事、高级管理人员不存在对外投资与申请挂牌公司存在利益冲突的情况。

（六）董事、监事、高级管理人员受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责情况

公司近两年及一期不存在董事、监事、高级管理人员受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责情况。

（七）近两年及一期内公司董事、监事、高级管理人员变动情况

近两年及一期公司董事、监事、高级管理人员的变动情况如下：

项目	变更前	变更后	变更时间	变更原因
董事	罗坚（执行董事）	罗 坚（董事长） 毛宇辉（董事） 张 东（董事） 夏志卫（董事） 王伟（董事）	2015-8	整体变更建立健全董事会
监事	李 莉（监事）	李莉（监事会主席） 聂娜（监事） 王诗文（职工监事）	2015-8	整体变更建立健全监事会
高级管理人员	罗 坚（总裁） 杨 季（副总裁）	罗 坚（总裁） 杨 季（副总裁） 张力珍（财务总监）	2015-4	健全财务机构
	罗 坚（总裁） 杨 季（副总裁） 张力珍（财务总监）	罗 坚（总裁） 杨 季（副总裁、董事会秘书） 张力珍（财务总监）	2015-8	整体变更建立健全管理层

公司最近两年及一期关键管理人员未发生重大变化，上述变动建立健全了股份公司的董事会、监事会、高级管理层、财务机构等运作机制。

第四节公司财务

一、最近两年及一期的审计意见、主要财务报表

(一) 最近两年及一期的审计意见

公司执行财政部颁布的《企业会计准则-基本准则》和具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下简称“企业会计准则”）。公司2013年度、2014年度和2015年1-6月的财务会计报告经具有证券期货相关业务资格的天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了标准无保留意见的《审计报告》（天职业字（2015）12482号）。

(二) 最近两年及一期的资产负债表、利润表、现金流量表以及所有者权益变动表

1、公司合并报表范围确定原则、最近两年及一期合并财务报表范围

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照权责发生制编制财务报表。

公司合并财务报表按照财政部颁布的《企业会计准则第33号—合并财务报表》执行。公司所控制的全部子公司及特殊目的主体均纳入合并财务报表的合并范围。从取得子公司的实际控制权之日起，公司开始将其予以合并；从丧失实际控制权之日起停止合并。合并财务报表以母公司和纳入合并范围的子公司的个别财务报表为基础，根据其他有关资料为依据，按照权益法调整对子公司的长期股权投资后，由母公司编制。

最近两年及一期应纳入合并范围的子公司基本情况：

被投资单位全称	注册地	经济性质	注册资本（万元）	公司投资额（万元）	公司出资比例（%）	纳入合并报表时间
北京盛世鸿天会展服务有限公司	北京	有限公司	100.00	100.00	100.00	2011年3月
上海湃杰广告有限公司	上海	有限公司	10.00	10.00	100.00	2011年5月
芒果树园（北京）商贸有限公司	北京	有限公司	50.00	50.00	100.00	2012年3月
拉萨蓝色方略信息咨询有限公司	拉萨	有限公司	50.00	50.00	100.00	2013年4月
蓝海腾悦（北京）旅行社有限公司	北京	有限公司	50.00	50.00	100.00	2013年3月

2、主要财务报表

资产负债表

单位:元

资产	2015年6月30日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	母公司	合并	母公司	合并	母公司	合并
流动资产:						
货币资金	5,537,853.29	12,536,577.76	13,201,961.14	16,656,838.73	4,536,310.74	11,925,020.63
交易性金融资产						
应收票据				650,000.00		
应收账款	30,675,258.98	54,526,453.26	18,817,066.42	34,138,477.12	8,311,646.84	19,100,774.72
预付款项	202,891.00	398,524.43	132,386.00	154,886.00	220,293.00	242,793.00
应收利息						
应收股利	12,000,000.00					
其他应收款	12,511,790.17	7,348,243.57	7,954,741.52	1,813,063.84	2,236,745.00	1,610,338.00
存货						
一年内到期的非流动资产						
其他流动资产			-			
流动资产合计	60,927,793.44	74,809,799.02	40,106,155.08	53,413,265.69	15,304,995.58	32,878,926.35
非流动资产:						
可供出售金融资产						
持有至到期投资						
长期应收款						
长期股权投资	2,606,166.00		2,606,166.00		2,606,166.00	
投资性房地产						
固定资产	181,007.87	299,165.27	169,599.90	329,188.10	112,998.78	241,540.42
在建工程						
工程物资						
固定资产清理						
生产性生物资产						
油气资产						
无形资产						
开发支出						
商誉						
长期待摊费用	308,594.46	308,594.46	155,384.62	155,384.62		
递延所得税资产						
其他非流动资产						
非流动资产合计	3,095,768.33	607,759.73	2,931,150.52	484,572.72	2,719,164.78	241,540.42
资产总计	64,023,561.77	75,417,558.75	43,037,305.60	53,897,838.41	18,024,160.36	33,120,466.77

资产负债表(续)

单位:元

负债	2015年6月30日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	母公司	合并	母公司	合并	母公司	合并
流动负债:						
短期借款						
交易性金融负债						
应付票据						
应付账款	23,163,784.65	31,422,518.24	12,258,513.01	17,618,686.43	4,664,211.94	9,273,204.82
预收款项		67,480.74	605,252.73	714,058.73		265.83
应付职工薪酬	1,954,471.73	2,387,783.01	591,978.61	653,392.11		
应交税费	2,493,483.38	4,793,205.59	1,429,195.65	4,689,259.31	359,665.07	3,135,922.22
应付利息						
应付股利	16,000,000.00	16,000,000.00				
其他应付款	4,368,834.33	6,491.59	8,800,671.13	278,499.78	73,613.86	173,482.65
一年内到期的非流动负债						
其他流动负债						
流动负债合计	47,980,574.09	54,677,479.17	23,685,611.13	23,953,896.36	5,097,490.87	12,582,875.52
非流动负债:						
长期借款						
应付债券						
长期应付款						
专项应付款						
预计负债						
递延所得税负债						
其他非流动负债						
非流动负债合计						
负债合计	47,980,574.09	54,677,479.17	23,685,611.13	23,953,896.36	5,097,490.87	12,582,875.52
股东权益:						
股本	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00
资本公积		0.42		0.42		0.42
减: 库存股						
盈余公积	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
未分配利润	13,042,987.68	17,740,079.16	16,351,694.47	26,943,941.63	9,926,669.49	17,537,590.83
归属于母公司股东权益合计	16,042,987.68	20,740,079.58	19,351,694.47	29,943,942.05	12,926,669.49	20,537,591.25
少数股东权益						
股东权益合计	16,042,987.68	20,740,079.58	19,351,694.47	29,943,942.05	12,926,669.49	20,537,591.25
负债和股东权益总计	64,023,561.77	75,417,558.75	43,037,305.60	53,897,838.41	18,024,160.36	33,120,466.77

利润表

单位:元

项目	2015年1-6月		2014年度		2013年度	
	母公司	合并	母公司	合并	母公司	合并
一、营业收入	43,668,887.12	66,100,686.75	61,628,441.67	101,517,099.62	32,405,841.88	66,008,633.10
减：营业成本	27,977,488.42	39,157,829.87	49,480,964.99	61,601,523.95	24,793,830.86	36,922,484.62
营业税金及附加	233,202.37	369,298.78	219,056.03	526,313.13	180,762.29	466,782.90
销售费用	12,046,826.53	15,436,877.52	7,261,620.55	15,352,038.20	2,591,789.58	8,700,655.79
管理费用	2,620,965.41	2,953,355.27	4,540,630.94	4,996,073.11	2,698,534.25	3,232,389.54
财务费用	-25,896.11	-31,305.48	-40,887.26	-54,204.03	19,331.64	11,857.56
资产减值损失	41,905.26	777,631.89	40,570.78	134,382.82	13,900.00	308,623.54
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）						
投资收益（损失以“-”号填列）	12,000,000.00		14,500,000.00		6,500,000.00	
其中：对联营企业和合营企业的投资收益						
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	12,774,395.24	7,436,998.90	14,626,485.64	18,960,972.44	8,607,693.26	16,365,839.15
加：营业外收入		254,080.69		1,820,108.88		90,000.00
其中：非流动资产处置利得						
减：营业外支出						71,771.94
其中：非流动资产处置损失						53,108.54
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	12,774,395.24	7,691,079.59	14,626,485.64	20,781,081.32	8,607,693.26	16,384,067.21
减：所得税费用	83,102.03	894,942.06	201,460.66	3,374,730.52	550,370.94	2,911,278.23
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	12,691,293.21	6,796,137.53	14,425,024.98	17,406,350.80	8,057,322.32	13,472,788.98
其中：被合并方在合并前实现的净利润						
归属于母公司所有者的净利润		6,796,137.53		17,406,350.80		13,474,450.10
少数股东损益				-		-1,661.12
五、其他综合收益						
六、综合收益总额	12,691,293.21	6,796,137.53	14,425,024.98	17,406,350.80	8,057,322.32	13,472,788.98
归属于母公司所有者的综合收益总额		6,796,137.53		17,406,350.80		13,474,450.10
归属于少数股东的综合收益总额						-1,661.12

现金流量表

单位:元

项目	2015年1-6月		2014年度		2013年度	
	母公司	合并	母公司	合并	母公司	合并
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	33,801,563.75	49,154,516.06	55,427,675.10	93,671,182.33	36,104,925.69	66,311,014.12
收到的税费返还						
收到其他与经营活动有关的现金	1,416,385.61	420,354.81	13,190,543.97	5,303,946.09	6,591,158.83	5,098,443.17
经营活动现金流入小计	35,217,949.36	49,574,870.87	68,618,219.07	98,975,128.42	42,696,084.52	71,409,457.29
购买商品、接受劳务支付的现金	20,673,577.87	29,261,036.83	43,647,279.08	56,822,951.78	29,534,925.41	38,932,987.56
支付给职工以及为职工支付的现金	10,053,968.26	12,271,412.97	4,729,805.11	9,785,687.70	1,709,547.96	4,931,240.66
支付的各项税费	1,250,451.85	4,252,293.37	1,256,048.04	6,554,380.48	1,747,298.64	4,877,959.14
支付其他与经营活动有关的现金	10,687,746.23	7,694,075.67	16,548,086.44	12,673,133.36	10,574,563.92	11,221,259.56
经营活动现金流出小计	42,665,744.21	53,478,818.84	66,181,218.67	85,836,153.32	43,566,335.93	59,963,446.92
经营活动产生的现金流量净额	-7,447,794.85	-3,903,947.97	2,437,000.40	13,138,975.10	-870,251.41	11,446,010.37
二、投资活动产生的现金流量:						
收回投资收到的现金						
取得投资收益收到的现金			14,500,000.00		10,600,000.00	
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						
收到其他与投资活动有关的现金						
投资活动现金流入小计			14,500,000.00		10,600,000.00	
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	216,313.00	216,313.00	271,350.00	407,157.00	90,716.00	164,645.12
投资支付的现金					1,516,166.00	
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额						

支付其他与投资活动有关的现金						
投资活动现金流出小计	216,313.00	216,313.00	271,350.00	407,157.00	1,606,882.00	164,645.12
投资活动产生的现金流量净额	-216,313.00	-216,313.00	14,228,650.00	-407,157.00	8,993,118.00	-164,645.12
三、筹资活动产生的现金流量：						
吸收投资收到的现金						
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金						
取得借款收到的现金						
发行债券收到的现金						
收到其他与筹资活动有关的现金						
筹资活动现金流入小计						
偿还债务支付的现金					880,000.00	880,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金			8,000,000.00	8,000,000.00	4,326,843.27	4,326,843.27
支付其他与筹资活动有关的现金						16,166.00
筹资活动现金流出小计			8,000,000.00	8,000,000.00	5,206,843.27	5,223,009.27
筹资活动产生的现金流量净额			-8,000,000.00	-8,000,000.00	-5,206,843.27	-5,223,009.27
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	-7,664,107.85	-4,120,260.97	8,665,650.40	4,731,818.10	2,916,023.32	6,058,355.98
加：期初现金及现金等价物余额	13,201,961.14	16,656,838.73	4,536,310.74	11,925,020.63	1,620,287.42	5,866,664.65
六、期末现金及现金等价物余额	5,537,853.29	12,536,577.76	13,201,961.14	16,656,838.73	4,536,310.74	11,925,020.63

2015年1-6月所有者权益变动表（合并）

单位：元

项 目	归属于母公司所有者权益									少数股东权益	所有者权益合计
	实收资本	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	其他	小计		
一、上年年末余额	2,000,000.00	0.42			1,000,000.00		26,943,941.63		29,943,942.05		29,943,942.05
加：会计政策变更											
前期差错更正											

同一控制下企业合并										
其他										
二、本年年初余额	2,000,000.00	0.42			1,000,000.00		26,943,941.63		29,943,942.05	29,943,942.05
三、本期增减变动金额(减少以“-”号填列)							-9,203,862.47		-9,203,862.47	-9,203,862.47
(一)综合收益总额							6,796,137.53		6,796,137.53	6,796,137.53
(二)所有者投入和减少资本										-
1.所有者投入的普通股										-
2.其他权益工具持有者投入资本										-
3.股份支付计入股东权益的金额										-
4.其他										-
(三)利润分配							-16,000,000.00		-16,000,000.00	-16,000,000.00
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							-16,000,000.00		-16,000,000.00	-16,000,000.00
4.其他										-
(四)所有者权益内部结转										-
1.资本公积转增资本(或股本)										
2.盈余公积转增资本(或股本)										
3.盈余公积弥补亏损										
4.结转重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动										
5.其他										
(五)专项储备提取和使用										
1.本期提取										
2.本期使用										

(六) 其他										
四、本期期末余额	2,000,000.00	0.42			1,000,000.00		17,740,079.16		20,740,079.58	20,740,079.58

2015年1-6月所有者权益变动表（母公司）

单位：元

项目	实收资本	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	2,000,000.00				1,000,000.00		16,351,694.47	19,351,694.47
加：会计政策变更								-
前期差错更正								-
其他								
二、本年初余额	2,000,000.00				1,000,000.00		16,351,694.47	19,351,694.47
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）							-3,308,706.79	-3,308,706.79
（一）综合收益总额							12,691,293.21	12,691,293.21
（二）所有者投入和减少资本								
1.所有者投入的普通股								
2.其他权益工具持有者投入资本								
3.股份支付计入股东权益的金额								
4.其他								
（三）利润分配							-16,000,000.00	-16,000,000.00
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							-16,000,000.00	-16,000,000.00
4.其他								
（四）所有者权益内部结转								
1.资本公积转增资本（或股本）								

2. 盈余公积转增资本（或股本）								
3. 盈余公积弥补亏损								
4. 结转重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动								
5. 其他								
（五）专项储备提取和使用								
1. 本期提取								
2. 本期使用								
（六）其他								
四、本年年末余额	2,000,000.00				1,000,000.00		13,042,987.68	16,042,987.68

2014年度所有者权益变动表（合并）

单位：元

项 目	归属于母公司所有者权益									少数股东权益	所有者权益合计
	实收资本	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	其他	小计		
一、上年年末余额	2,000,000.00	0.42			1,000,000.00		17,537,590.83		20,537,591.25		20,537,591.25
加：会计政策变更											
前期差错更正											
同一控制下企业合并											
其他											
二、本年初余额	2,000,000.00	0.42			1,000,000.00		17,537,590.83		20,537,591.25		20,537,591.25
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）									9,406,350.80		9,406,350.80
（一）综合收益总额									17,406,350.80		17,406,350.80
（二）所有者投入和减少资本											
1. 所有者投入的普通股											
2. 其他权益工具持有者投入资本											

3. 股份支付计入股东权益的金额										
4. 其他										
(三) 利润分配						-8,000,000.00		-8,000,000.00		-8,000,000.00
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						-8,000,000.00		-8,000,000.00		-8,000,000.00
4. 其他										
(四) 所有者权益内部结转										
1. 资本公积转增资本(或股本)										
2. 盈余公积转增资本(或股本)										
3. 盈余公积弥补亏损										
4. 结转重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动										
5. 其他										
(五) 专项储备提取和使用										
1. 本期提取										
2. 本期使用										
(六) 其他										
四、本期期末余额	2,000,000.00	0.42			1,000,000.00		26,943,941.63	29,943,942.05		29,943,942.05

2014年度所有者权益变动表(母公司)

单位:元

项目	实收资本	资本公积	减:库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	2,000,000.00				1,000,000.00		9,926,669.49	12,926,669.49
加:会计政策变更								

前期差错更正								
其他								
二、本年初余额	2,000,000.00				1,000,000.00		9,926,669.49	12,926,669.49
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）							6,425,024.98	6,425,024.98
（一）综合收益总额							14,425,024.98	14,425,024.98
（二）所有者投入和减少资本								
1.所有者投入的普通股								
2.其他权益工具持有者投入资本								
3.股份支付计入股东权益的金额								
4.其他								
（三）利润分配							-8,000,000.00	-8,000,000.00
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							-8,000,000.00	-8,000,000.00
4.其他								
（四）所有者权益内部结转								
1.资本公积转增资本（或股本）								
2.盈余公积转增资本（或股本）								
3.盈余公积弥补亏损								
4.结转重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动								
5.其他								
（五）专项储备提取和使用								
1.本期提取								
2.本期使用								
（六）其他								
四、本年年末余额	2,000,000.00				1,000,000.00		16,351,694.47	19,351,694.47

2013年度所有者权益变动表（合并）

单位：元

项 目	归属于母公司所有者权益								少数股东权益	所有者权益合计	
	实收资本	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	其他			小计
一、上年年末余额	2,000,000.00				770,437.47		4,292,703.26		7,063,140.73	17,827.54	7,080,968.27
加：会计政策变更											
前期差错更正											
同一控制下企业合并											
其他											
二、本年年初余额	2,000,000.00				770,437.47		4,292,703.26		7,063,140.73	17,827.54	7,080,968.27
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	0.42			229,562.53		13,244,887.57		13,474,450.52	-17,827.54	13,456,622.98
（一）综合收益总额							13,474,450.10		13,474,450.10	-1,661.12	13,472,788.98
（二）所有者投入和减少资本		0.42							0.42	-16,166.42	-16,166.00
1.所有者投入的普通股											
2.其他权益工具持有者投入资本											
3.股份支付计入股东权益的金额											
4.其他		0.42							0.42	-16,166.42	-16,166.00
（三）利润分配					229,562.53		-229,562.53				
1.提取盈余公积					229,562.53		-229,562.53				
2.提取一般风险准备											
3.对所有者（或股东）的分配											
4.其他											
（四）所有者权益内部结转											
1.资本公积转增资本（或股本）											
2.盈余公积转增资本（或股											

本)									
3. 盈余公积弥补亏损									
4. 结转重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动									
5. 其他									
(五) 专项储备提取和使用									
1. 本期提取									
2. 本期使用									
(六) 其他									
四、本期期末余额	2,000,000.00	0.42			1,000,000.00		17,537,590.83	20,537,591.25	20,537,591.25

2013年度所有者权益变动表（母公司）

单位：元

项目	实收资本	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	2,000,000.00				770,437.47		2,098,909.70	4,869,347.17
加：会计政策变更								
前期差错更正								
其他								
二、本年初余额	2,000,000.00				770,437.47		2,098,909.70	4,869,347.17
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）					229,562.53		7,827,759.79	8,057,322.32
（一）综合收益总额							8,057,322.32	8,057,322.32
（二）所有者投入和减少资本								
1. 所有者投入的普通股								
2. 其他权益工具持有者投入资本								
3. 股份支付计入股东权益的金额								
4. 其他								

(三) 利润分配					229,562.53		-229,562.53	
1. 提取盈余公积					229,562.53		-229,562.53	
2. 提取一般风险准备								
3. 对所有者(或股东)的分配								
4. 其他								
(四) 所有者权益内部结转								
1. 资本公积转增资本(或股本)								
2. 盈余公积转增资本(或股本)								
3. 盈余公积弥补亏损								
4. 结转重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动								
5. 其他								
(五) 专项储备提取和使用								
1. 本期提取								
2. 本期使用								
(六) 其他								
四、本年年末余额	2,000,000.00				1,000,000.00		9,926,669.49	12,926,669.49

（三）报告期内公司采用的主要会计政策、会计估计及其变更情况

1、会计期间

本公司会计年度采用公历年度，即每年自1月1日起至12月31日止。

2、记账本位币

本公司以人民币为记账本位币。

3、记账基础和计价原则

会计核算以权责发生制为基础，除某些金融工具外，均以历史成本为计价原则。资产如果发生减值，则按照相关规定计提相应的减值准备。

4、现金及现金等价物

现金，指本公司的库存现金以及可以随时用于支付的存款；现金等价物，是指本公司持有的期限短、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。

5、应收款项

应收款项，是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产，包括应收账款和其他应收款等。应收款项按减去坏账准备后的净额列示。

期末，公司对应收款项计提减值准备，采用备抵法核算坏账损失。对于单项金额重大且有客观证据表明发生了减值的应收款项，应单项计提坏账准备。坏账准备根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提，单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。单项金额重大的判断依据或金额标准为期末余额100万元以上的应收款项。

对于关联方应收款项、押金、保证金等应收款项单独进行减值测试，除非有证据表明存在无法收回部分或全部款项的，通常不计提坏账准备。

对于单项金额非重大以及经单独测试后未减值的单项金额重大的应收款项，根据相同账龄应收款项组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定各项组合计提坏账准备的比例。账龄分析法账龄的划分和提取比例如下：6个月以内（含6个月）0%，6个月-1年（含1年）2%，1-2年（含2年）30%，2年以上100%。

6、金融工具

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

（1）金融工具的分类

公司按照取得持有金融资产和承担金融负债的目的，将其划分为：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，包括交易性金融资产或金融负债、持有

至到期投资、应收款项、可供出售金融资产、其他金融负债等。

（2）金融工具的确认依据和计量方法

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）：取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

持有至到期投资：取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

应收款项：公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收账款、其他应收款、应收票据、预付账款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

可供出售金融资产：取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末以公允价值计量且将公允价值变动计入资本公积（其他资本公积）。处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入投资损益。

其他金融负债：按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

（3）金融资产转移的确认依据和计量方法

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：1) 所转移金融资产的账面价值；2) 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：1) 终止确认部分的账面价值；2) 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。

(4) 金融资产（不含应收款项）减值准备计提

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的，计提减值准备。

可供出售金融资产的减值准备：期末如果可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，就认定其已发生减值，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失。对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。可供出售权益工具投资发生的减值损失，不得通过损益转回。

持有至到期投资的减值准备：持有至到期投资减值损失的计量比照应收款项减值损失计量方法处理。

7、存货

存货包括原材料、库存商品、低值易耗品等。

存货按照成本进行初始计量。存货发出时，采用加权平均法确定发出存货的实际成本。

存货的盘存制度采用永续盘存制。

资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。如果以前计提存货跌价准备的影响因素已经消失，使得存货的可变现净值高于其账面价值，则在原已计提的存货跌价准备金额内，将以前

减记的金额予以恢复，转回的金额计入当期损益。

直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。计提存货跌价准备时，库存商品按单个存货项目计提；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

低值易耗品采用一次转销法；包装物采用一次转销法。

8、固定资产及折旧

(1) 确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时，予以确认：

- ①与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- ②该固定资产的成本能够可靠地计量。

固定资产发生的后续支出，符合规定的固定资产确认条件的计入固定资产成本；不符合规定的固定资产确认条件的在发生时计入当期损益。

(2) 折旧方法

固定资产折旧采用直线法，并按固定资产类别、原价、估计使用年限和预计残值确定其折旧率。固定资产的分类及折旧率如下：

类 别	使用年限(年)	预计净残值率 (%)	年折旧率 (%)
房屋及建筑物	40	4	2.40
办公及电子设备	3-5	4	19.20-32.00
运输工具	4	4	24.00

(3) 固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

公司在资产负债表日对各项固定资产进行判断，当存在减值迹象，估计可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

9、长期股权投资

(1) 初始投资成本确定

①企业合并取得的长期股权投资，初始投资成本：同一控制下的企业合并，应当按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额确认为初始成本；非同一控制下的企业合并，应当按购买日确定的合并成本确认为初始成本。

②以支付现金取得的长期股权投资，初始投资成本为实际支付的购买价款；

③以发行权益性证券取得的长期股权投资，初始投资成本为发行权益性证券的公允价值；

④投资者投入的长期股权投资，初始投资成本为合同或协议约定的价值；

⑤非货币性资产交换取得或债务重组取得的，初始投资成本根据准则相关规定确定。

(2) 后续计量及损益确认方法

长期股权投资后续计量分别采用权益法或成本法。采用权益法核算的长期股权投资，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益的份额，确认投资收益并调整长期股权投资。当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。

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，公司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。

长期股权投资具有共同控制、重大影响的采用权益法核算，其他采用成本法核算。公司对子公司的长期股权投资，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。

共同控制，是指按照合同约定对某项经济活动所共有的控制，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。投资企业与其他方对被投资单位实施共同控制的，被投资单位为其合营企业。

重大影响，是指对一个企业的财务和经营决策有参与决策的权力，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。投资企业能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为其联营企业。

(3) 长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。采用权益法核算的长期股权投资，因被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动而计入所有

者权益的，处置该项投资时将原计入所有者权益的部分按相应比例转入当期损益。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司控制权的，对于剩余股权，按其账面价值确认为长期股权投资或其他相关金融资产。处置后的剩余股权能够对原有子公司实施共同控制或重大影响的，首先按处置或收回投资的比例结转应终止确认的长期股权投资成本。在此基础上，比较剩余的长期股权投资成本与按照剩余持股比例计算原投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值的份额，属于投资作价中体现的商誉部分，不调整长期股权投资的账面价值；属于投资成本小于原投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，在调整长期股权投资成本的同时调整留存收益。对于原取得投资后至因处置投资导致转变为权益法核算之间被投资单位实现净损益中应享有的份额，一方面调整长期股权投资的账面价值，同时对于原取得投资时至处置投资当期期初被投资单位实现的净损益（扣除已发放及已宣告发放的现金股利和利润）中应享有的份额，调整留存收益，对于处置投资当期期初至处置投资之日被投资单位实现的净损益中享有的份额，调整当期损益；其他原因导致被投资单位所有者权益变动中应享有的份额，在调整长期股权投资账面价值的同时，计入资本公积（其他资本公积）。

（4）减值测试方法及减值准备计提方法

资产负债表日，本公司对长期股权投资检查是否存在可能发生减值的迹象，当存在减值迹象时应进行减值测试确认其可收回金额，按账面价值与可收回金额孰低计提减值准备，减值损失一经计提，在以后会计期间不再转回。

减值测试方法：对存在减值迹象的长期股权投资应当测试其可收回金额。

可收回金额按照长期股权投资出售的公允价值净额与预计未来现金流量的现值之间孰高确定。

长期股权投资出售的公允价值净额，如存在公平交易的协议价格，则按照协议价格减去相关税费；或不存在公平交易协议但存在资产相似活跃市场，按照市场价格减去相关税费；或无法可靠估计出售的公允价值净额，则以该长期股权投资持有期间和最终处置时预计未来现金流量现值作为其可收回金额。

10、长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。长期待摊费用摊销方法为在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

11、政府补助

政府补助是指本公司从政府无偿取得货币性资产或非货币性资产，但不包括政府作为企业所有者投入的资本。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量；政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

与资产相关的政府补助，本公司确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿本公司已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

已确认的政府补助需要返还的，存在相关递延收益的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

12、收入的确认原则

（1）销售商品收入

在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给买方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售商品实施有效控制，收入的金额能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入企业，相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入的实现。

（2）提供劳务

在提供劳务交易的总收入和总成本能够可靠地计量，与交易相关的经济利益很可能流入企业，劳务的完成程度能够可靠地确定时，按完工百分比法确认收入。

（3）让渡资产使用权

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时，确定让渡资产使用权收入金额。

对于活动营销服务业务，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。对于销售类业务，公司按照销售合同约定的时间、交货方式及交货地点，将合同约定的货物全部交付给客户并经其验收合格后确认收入。

13、所得税

所得税包括当期所得税和递延所得税。除由于企业合并产生的调整商誉，或与直接计入所有者权益的交易或者事项相关的递延所得税计入所有者权益外，均作为所得税费用或收益计入当期损益。

当期所得税是按照当期应纳税所得额计算的当期应交所得税金额。应纳税所得额系根据有关税法规定对本年度税前会计利润作相应调整后得出。

14、同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

(1) 同一控制下的企业合并

对于同一控制下的企业合并，合并方在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方的账面价值计量。合并方取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

公司为进行企业合并而发生的各项直接相关费用，包括为进行企业合并而支付的审计费用、评估费用、法律服务费等，于发生时计入当期损益。

企业合并中发行权益性证券发生的手续费、佣金等，抵减权益性证券溢价收入，溢价收入不足冲减的，冲减留存收益。

(2) 非同一控制下的企业合并

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为购买方在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。

非同一控制下企业合并，购买方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，应当于发生时计入当期损益；购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，应当计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

非同一控制下企业合并中所取得的被购买方符合确认条件的可辨认资产、负债及或有负债，在购买日以公允价值计量。购买方对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。购买方对合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，经复核后合并成本仍小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，计入当期损益。

15、合并财务报表的编制方法

公司将拥有实际控制权的子公司和特殊目的主体纳入合并财务报表范围。

公司合并财务报表按照《企业会计准则第 33 号—合并财务报表》及相关规定的要求编制，合并时抵销合并范围内的所有重大内部交易和往来。子公司的股东权益中不属

于母公司所拥有的部分作为少数股东权益在合并财务报表中股东权益项下单独列示。

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

对于非同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并财务报表时，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其个别财务报表进行调整；对于同一控制下企业合并取得的子公司，视同该企业合并于合并当期的年初已经发生，从合并当期的年初起将其资产、负债、经营成果和现金流量纳入合并财务报表。

二、最近两年及一期的主要财务指标分析

（一）盈利能力分析

2013 年度、2014 年度、2015 年 1-6 月公司主营业务毛利率为 44.06%、39.32%与 40.76%，公司 2014 年度的主营业务毛利率较 2013 年度下降较多，主要是由于报告期内公司营业收入中活动营销服务收入占比均在 85%以上，因此公司整体的毛利率受该业务收入毛利率的波动影响较为显著。2014 年度活动营销服务业务的毛利率下降较多，从 45.73%下降至 40.71%，使得公司当年整体的毛利率随之下降。

公司 2014 年度的营业收入较 2013 年度大幅增加，营业利润、净利润较 2013 年度增加不多，主要是由于 2014 年度公司在集团整体协同效应的带动下，客户结构发生了较为明显的变化，体现为客户的质量层级迅速提高，从以往相对随机的客户转变为以世界 500 强企业及中国的高端品牌企业为主。高端客户对服务的质量要求较高，项目中的采购和租赁成本也随之增加，导致营业成本增长率高于营业收入增长率，整体毛利率被拉低。同时，该客户结构调整要求公司服务客户的团队人员素养相应提高，使得人工成本同步大幅增加。

2013 年度、2014 年度、2015 年 1-6 月公司净资产收益率分别为 97.64%、72.81%与 20.38%，扣除非经常性损益后的净资产收益率分别为 97.54%、66.40%与 19.69%；2013 年度、2014 年度、2015 年 1-6 月公司基本每股收益分别为 6.74 元/股、8.70 元/股与 3.40 元/股，稀释每股收益分别为 6.74 元/股、8.70 元/股与 3.40 元/股。报告期内公司净资产收益率逐年下降，主要是由于公司近年来营收规模快速扩张，资产规模不断增加所致。2015 年 1-6 月净资产收益率大幅下降，主要是由于该期只包含 6 个月的营业收入，同时销售费用大幅增加，使得当期净利润减少所致。

依据公司股改后的股本 1,000 万股,报告期内基本每股收益分别为 1.35 元/股、1.74 元/股与 0.68 元/股,稀释每股收益分别为 1.35 元/股、1.74 元/股与 0.68 元/股。

综上,报告期内公司盈利能力较好。

(二) 偿债能力分析

2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 6 月 30 日公司资产负债率分别为 28.28%、55.04%、74.94% (母公司数), 该比率逐年提高, 主要是由于近年来公司经营规模不断扩大, 采购需求量不断增加, 使得应付账款随之增加所致。2015 年 6 月公司分配了现金股利, 使得 2015 年 6 月末应付股利增加 1,600 万元, 导致该期末资产负债率处于较高水平。

2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 6 月 30 日公司流动比率分别为 2.61、2.23、1.37, 速动比率分别为 2.61、2.23、1.37, 2013 年末、2014 年末两项指标均高于一般认为安全的比率, 而 2015 年 6 月末公司两项指标大幅下降, 主要是由于该期末应付账款及应付股利大幅增加所致。

2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 6 月 30 日公司每股净资产分别为 10.27 元/股、14.97 元/股、10.37 元/股, 整体处于较高水平。依据公司股份改制后的股本 1,000 万股, 公司每股净资产分别为 2.05 元/股、2.99 元/股、2.07 元/股。

综上, 2013 年末、2014 年末公司长短期偿债能力较强, 而 2015 年 6 月末公司应付账款和应付股利金额较大, 使得该期末偿债能力有所减弱。

(三) 营运能力分析

2013 年度、2014 年度、2015 年 1-6 月公司应收账款周转率分别为 3.78、3.81、1.49, 处于相对稳定水平, 2015 年 1-6 月应收账款周转率较低, 主要是由于该期只包含 6 个月的营业收入。

各报告期末公司无存货。

综上, 各报告期末公司无存货, 应收账款周转率处于相对稳定水平。

(四) 现金流量分析

单位: 元

项 目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	-3,903,947.97	13,138,975.10	11,446,010.37
投资活动产生的现金流量净额	-216,313.00	-407,157.00	-164,645.12
筹资活动产生的现金流量净额	-	-8,000,000.00	-5,223,009.27
现金及现金等价物净增加额	-4,120,260.97	4,731,818.10	6,058,355.98

2013 年度、2014 年度公司经营活动产生的现金流量净额为现金净流入，2015 年 1-6 月经营活动产生的现金流量净额为现金净流出，主要是由于该期公司购买商品、接受劳务以及职工工资等支付的现金较多。

2013 年度、2014 年度、2015 年 1-6 月公司投资活动产生的现金流量净额均为现金净流出，主要是由于公司购建固定资产及其他长期资产支付了现金，分别为 16.46 万元、40.72 万元、21.63 万元。

2013 年度公司偿还银行借款 88 万元，分配股利及偿付利息 432.68 万元，因此当年筹资活动产生的现金流量净额为现金净流出；2014 年度公司分配股利 800 万元，使得当年筹资活动产生的现金流量净额为现金净流出；2015 年 1-6 月公司未发生相关筹资活动。

综上，报告期内公司经营活动产生的现金流量情况相对良好，投资活动产生的现金净流出金额较小，公司分配了股利，使得 2013 年度、2014 年度筹资活动产生的现金流量净额为现金净流出，公司货币资金充足，能够支撑相关的经营活动。

报告期内经营活动现金流量净额与净利润匹配过程如下：

项 目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度
将净利润调节为经营活动现金流量			
净利润	6,796,137.53	17,406,350.80	13,472,788.98
加：资产减值准备	777,631.89	134,382.82	308,623.54
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	69,253.61	122,368.59	93,220.82
无形资产摊销			
长期待摊费用摊销	19,490.16	4,615.38	
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）			
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）			53,108.54
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）			
财务费用（收益以“-”号填列）			26,843.27
投资损失（收益以“-”号填列）			
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）			
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）			
存货的减少（增加以“-”号填列）			

经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-25,516,794.30	-15,802,521.24	-1,411,649.19
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	13,950,333.14	11,273,778.75	-1,096,925.59
经营活动产生的现金流量净额	-3,903,947.97	13,138,975.10	11,446,010.37

三、报告期利润形成的有关情况

（一）业务收入的主要构成

合并数

项 目	2015年1-6月		2014年度		2013年度	
	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）
主营业务收入	66,100,686.75	100.00	101,517,099.62	100.00	66,008,633.10	100.00
其中：活动营销服务收入	63,950,870.56	96.75	88,018,909.40	86.70	59,471,472.25	90.10
销售类收入	2,149,816.19	3.25	13,498,190.22	13.30	6,537,160.85	9.90
其他业务收入	-	-	-	-	-	-
合 计	66,100,686.75	100.00	101,517,099.62	100.00	66,008,633.10	100.00

母公司数

项 目	2015年1-6月		2014年度		2013年度	
	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）
主营业务收入	43,668,887.12	100.00	61,628,441.67	100.00	32,405,841.88	100.00
其中：活动营销服务收入	43,605,636.69	99.86	61,285,990.45	99.44	32,346,711.98	99.82
销售类收入	63,250.43	0.14	342,451.22	0.56	59,129.90	0.18
其他业务收入	-	-	-	-	-	-
合 计	43,668,887.12	100.00	61,628,441.67	100.00	32,405,841.88	100.00

公司的主营业务为文化艺术交流、会议及展览等活动营销服务以及与之配套的活动礼品销售，最近两年及一期公司主营业务收入占营业收入的比例为 100%，主营业务明确。

公司主营业务收入为活动营销服务收入以及与之配套的活动礼品销售收入。根据不同业务类别，公司的主营业务分为：（1）活动营销服务业务，即公司从事组织文化艺术交流活动、会议及展览服务；（2）销售类业务，即公司在活动营销服务过程中，与之配套的活动礼品销售业务。

公司收入分类与业务部分的产品分类具有匹配性。公司通过招标、客户推荐及集团协同介绍等方式获得客户，为客户提供高品质的服务以及相关配套礼品来获取利润。

对于活动营销服务业务，对在同一会计年度内开始并完成的服务，公司于完成服务时确认收入。具体而言，对于单日类活动项目，公司于活动执行月份确认收入；对于跨月执行的活动项目，公司根据合同金额和执行时间，按月分期确认收入，收入金额以合同以及活动决算单为依据。如果服务的开始和完成分属不同的会计年度，则在提供服务交易的结果能够可靠估计的情况下，公司于期末按完工百分比法确认相关的服务收入。对于销售类业务，公司按照销售合同约定的时间、交货方式及交货地点，将合同约定的货物全部交付给客户、取得到货确认单后并经其验收合格后确认收入。

（二）主营业务收入和利润总额的变动趋势及原因

公司最近两年及一期的主营业务收入及利润情况如下表：

项目	2015年1-6月	2014年度		2013年度
	金额(元)	金额(元)	增长率(%)	金额(元)
主营业务收入	66,100,686.75	101,517,099.62	53.79	66,008,633.10
主营业务成本	39,157,829.87	61,601,523.95	66.84	36,922,484.62
主营业务毛利	26,942,856.88	39,915,575.67	37.23	29,086,148.48
营业利润	7,436,998.90	18,960,972.44	15.86	16,365,839.15
利润总额	7,691,079.59	20,781,081.32	26.84	16,384,067.21
净利润	6,796,137.53	17,406,350.80	29.20	13,472,788.98

公司2014年度主营业务收入较2013年度大幅增加53.79%，主要是由于2013年初公司被蓝色光标旗下上海品牌并购成为其控股子公司，并于同年搬迁至同一办公场所；2014年初公司成为上海品牌的全资子公司，在此期间公司与集团内的其他业务单元之间的协同效应大幅提高。公司被并购后的集团内的客户共享、协同销售从2013年起步，经过一年左右的团队沟通磨合与业务互补摸索，至2014年发挥出巨大的潜能，重点体现在客户数量的增加以及客户质量的提升，由此带来的活动营销服务业务收入、销售类业务收入较2013年度大幅增加。

公司2014年度的营业收入较2013年度大幅增加，营业利润、净利润较2013年度增加不多，主要是由于2014年度公司在集团整体协同效应的带动下，客户结构发生了较为明显的变化，体现为客户的质量层级迅速提高，从以往相对随机的客户转变为以世界500强企业及中国的高端品牌企业为主。高端客户对服务的质量要求较高，项目中的采购和租赁成本也随之增加，导致营业成本增长率高于营业收入增长率，整体毛利率被拉低。同时，该客户结构调整要求公司服务客户的团队人员素养相应提高，使得人工成本同步大幅增加。

公司最近两年及一期收入毛利情况如下：

项目	2015年1-6月
----	-----------

	主营业务收入(元)	主营业务成本(元)	毛利(元)	毛利率(%)
活动营销服务收入	63,950,870.56	37,548,832.47	26,402,038.09	41.28
销售类收入	2,149,816.19	1,608,997.40	540,818.79	25.16
合 计	66,100,686.75	39,157,829.87	26,942,856.88	40.76
2014年度				
活动营销服务收入	88,018,909.40	52,189,154.45	35,829,754.95	40.71
销售类收入	13,498,190.22	9,412,369.50	4,085,820.72	30.27
合 计	101,517,099.62	61,601,523.95	39,915,575.67	39.32
2013年度				
活动营销服务收入	59,471,472.25	32,275,441.50	27,196,030.75	45.73
销售类收入	6,537,160.85	4,647,043.12	1,890,117.73	28.91
合 计	66,008,633.10	36,922,484.62	29,086,148.48	44.06

报告期内公司毛利情况较好。公司活动营销服务业务的毛利金额较大，占公司整体毛利的比重分别为 94.10%、89.76%、97.99%，为公司主要的利润来源。

1、综合毛利率分析

公司 2014 年度的主营业务毛利率较 2013 年度下降较多，主要是由于报告期内公司营业收入中活动营销服务收入占比均在 85%以上，因此公司整体的毛利率受该业务收入毛利率的波动影响较为显著。2014 年度活动营销服务业务的毛利率较 2013 年度下降较多，从 45.73%下降至 40.71%，使得公司当年整体的毛利率随之下降。

2、活动营销服务毛利率分析

公司 2014 年度活动营销服务业务收入的毛利率较 2013 年度下降较多，主要是由于 2014 年度公司活动服务业务的客户类型中，来自于集团协同效应所增加的大客户比例上升，这类客户对服务的质量要求较高，项目中的采购和租赁成本也随之增加，使得这些大客户服务项目的毛利率水平相对较低，从而拉低了该业务的整体毛利率。

3、销售类业务毛利率分析

2015 年 1-6 月销售类业务的毛利率较 2014 年度下降较多，主要是由于销售类业务具有相对标准化的业务模式，可受益于销售规模扩大后的采购成本的降低。2015 年 1-6 月销售类业务的收入金额较小，销售的规模效应尚未体现，从而使得该期毛利率相对较低。

公司与同行业上市公司北京华谊嘉信整合营销顾问集团股份有限公司（以下简称“华谊嘉信”，证券代码：300071）的财务指标比较表如下：

财务指标	蓝色方略			华谊嘉信		
	2015年1-6月	2014年度	2013年度	2015年1-6月	2014年度	2013年度
毛利率(%)	40.76	39.32	44.06	18.41	12.80	10.90

其中：活动营销服务	41.28	40.71	45.73	28.55	25.81	22.98
净资产收益率(%)	20.38	72.81	97.64	4.88	11.53	12.30
每股收益(元/股)	3.40	8.70	6.74	0.08	0.20	0.40
稀释每股收益(元/股)	3.40	8.70	6.74	0.08	0.20	0.40
每股净资产(元/股)	10.37	14.97	10.27	1.68	2.58	3.34
每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	-1.95	6.57	5.72	-0.12	0.30	-0.42
应收账款周转率(次)	1.49	3.81	3.78	1.20	2.31	3.42
存货周转率(次)	-	-	-	2,357.52	4,317.10	6,937.56
资产负债率(%) (母公司)	74.94	55.04	28.28	33.61	43.59	41.43
流动比率(倍)	1.37	2.23	2.61	2.78	1.85	2.14
速动比率(倍)	1.37	2.23	2.61	2.78	1.85	2.14

通过与华谊嘉信进行比较分析可以得出：公司整体的毛利率明显高于华谊嘉信，主要是由于华谊嘉信的业务重点为终端营销服务，该业务侧重于店面渠道类活动，毛利率相对偏低，从而拉低了华谊嘉信整体的毛利率。而公司活动营销服务业务的毛利率明显高于华谊嘉信，主要是由于公司活动营销服务的客户以全球和国内中高端企业为主，为其提供大型营销活动，该业务的毛利率较高，而华谊嘉信主要以中小型活动营销服务为主，毛利率则相对较低所致。基于大型营销活动毛利率相对较高的特点，公司的高毛利率具有可持续性。

报告期内公司净资产收益率、每股收益及扣除非经常性损益后的每股收益远高于华谊嘉信，公司盈利能力相对良好。2014年末、2015年6月末公司资产负债率较之更高，主要是由于近年来公司采购需求量不断增加使得应付账款随之增加以及尚未支付的股利分配所致。2013年末、2014年末公司流动比率、速动比率较之略好，2015年6月末较之略差，主要是由于该期末应付账款及应付股利大幅增加所致；公司每股净资产远高于华谊嘉信。公司应收账款周转率较之更好。2013年度、2014年度公司每股经营活动产生的现金流量净额较好，2015年1-6月公司每股经营活动产生的现金流量净额较之略差，主要是由于该期公司购买商品、接受劳务以及职工工资等支付的现金较多。总体而言，公司财务指标相对较好。

(三) 主要费用及变动情况

公司最近两年及一期主要费用及其变动情况如下：

项 目	2015年1-6月	2014年度		2013年度
	金额（元）	金额（元）	增长率（%）	金额（元）
销售费用	15,436,877.52	15,352,038.20	76.45	8,700,655.79
管理费用	2,953,355.27	4,996,073.11	54.56	3,232,389.54
其中：研发费用	-	-	-	-
财务费用	-31,305.48	-54,204.03	-	11,857.56
营业收入	66,100,686.75	101,517,099.62	53.79	66,008,633.10
销售费用与营业收入之比（%）	23.35	15.12		13.18
管理费用与营业收入之比（%）	4.47	4.92		4.90
其中：研发费用与营业收入之比（%）	-	-		-
财务费用与营业收入之比（%）	-0.05	-0.05		0.02

公司最近两年及一期销售费用的具体情况如下：

单位：元

项 目	2015年1-6月	2014年度	2013年度
人员成本	13,774,198.17	10,038,686.21	4,031,142.00
会议费	803,360.26	4,535,150.24	3,148,992.80
服务费	713,171.72	493,296.30	864,660.17
办公费	34,676.47	128,918.89	168,684.35
交通费	24,743.00	53,656.00	17,313.47
差旅费	83,143.00	42,785.10	37,117.50
房租、物业	3,584.90	59,545.46	432,745.50
合 计	15,436,877.52	15,352,038.20	8,700,655.79

公司最近两年及一期管理费用的具体情况如下：

单位：元

项 目	2015年1-6月	2014年度	2013年度
房租、物业	526,836.20	2,070,338.00	1,068,169.45
服务费	1,647,121.58	1,534,989.29	451,646.28
会议费	92,918.71	285,744.78	381,916.87
人员成本	397,272.37	713,990.77	349,400.58
办公费	72,062.20	180,345.13	336,228.72
差旅费	36,422.00	55,749.00	146,411.00
交通费	42,786.02	27,932.17	122,873.14
折旧及摊销	88,743.77	126,983.97	93,220.82
其他	49,192.42	-	282,522.68
合 计	2,953,355.27	4,996,073.11	3,232,389.54

公司最近两年及一期财务费用的具体情况如下：

单位：元

项 目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度
利息支出	-	-	26,843.27
减：利息收入	42,086.24	70,217.20	25,537.41
手续费	10,780.76	16,013.17	10,551.70
合 计	-31,305.48	-54,204.03	11,857.56

报告期内公司销售费用主要为人员成本、会议费以及服务费等，销售费用与同期营业收入之比处于增长水平。公司 2014 年度的销售费用较 2013 年度大幅增加，主要是由于公司该年增加业务人员数量、提供员工福利等使得人员成本增加 600.75 万元所致。2015 年 1-6 月销售费用已超过 2014 年度全年金额，主要是随着公司不断的发展整合，业务规模快速扩大，员工数量也随之相应增长，同时 2015 年初原蓝色光标体系内的活动团队整合并入公司，使得公司该期人员成本较 2014 年全年增加 373.55 万元。

报告期内公司管理费用与营业收入之比相对稳定。2014 年度管理费用较 2013 年度大幅增加，主要是由于公司房租物业增加 100.21 万元、服务费增加 108.33 万元等所致。

公司财务费用主要为银行利息收支及结算手续费支出。报告期内财务费用与营业收入之比整体较低。

（四）重大投资收益和非经常性损益情况

1、投资收益

报告期内公司无投资收益。

2、非经常性损益

单位：元

非经常性损益项目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度
非流动资产处置损益			-53,108.54
政府补助	254,080.69	1,820,108.88	90,000.00
退税收入			
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益			
持有交易性金融资产、产生公允价值变动损益			
处置交易性金融资产和可供出售金融资产取得的投资收益			
罚款支出			
除上述各项之外的其他营业外收支净额			-18,663.40
非经营性损益对利润总额的影响的合计	254,080.69	1,820,108.88	18,228.06
减：所得税影响数	22,993.59	288,027.22	4,557.01
减：少数股东影响数	-	-	-
归属于挂牌公司股东的非经常性损益影响数	231,087.10	1,532,081.66	13,671.05

扣除非经常性损益后归属于挂牌公司股东的净利润	6,565,050.43	15,874,269.14	13,460,779.05
非经常性损益占同期归属挂牌公司股东净利润的比例(%)	3.40	8.80	0.10

公司最近两年及一期政府补助情况如下：

单位：元

项 目	2015年1-6月	2014年度	2013年度
上海市小昆山退税款项		150,108.88	90,000.00
拉萨开发区企业发展金款项	253,291.14	1,670,000.00	
个税手续费返还款项	789.55		
合 计	254,080.69	1,820,108.88	90,000.00

报告期内公司的非经常性损益主要为政府补助款及非流动资产处置损益等。2013年度、2014年度、2015年1-6月，公司归属于挂牌公司股东的非经常性损益影响数分别为13,671.05元、1,532,081.66元、231,087.10元，占同期归属挂牌公司股东净利润的比例分别为0.10%、8.80%、3.40%，占比相对较低，公司盈利能力较好，对非经常性损益不存在依赖。

(五) 公司主要税项及相关税收优惠政策

公司适用的主要税种及税率如下：

税种	计税依据	税率(%)
增值税	应税收入	6/17
企业所得税	应纳税所得额	25
城市维护建设税	流转税税额	7
教育费附加	流转税税额	3
地方教育附加	流转税税额	2

其中，活动营销服务收入增值税税率为6%，销售类收入增值税税率为17%。

拉萨蓝色方略信息咨询有限公司适用的主要税种及税率如下：

税种	计税依据	税率(%)
增值税	应税收入	6
企业所得税	应纳税所得额	15/9
城市维护建设税	流转税税额	7
教育费附加	流转税税额	3
地方教育附加	流转税税额	2

其中，2013年度、2014年度企业所得税为15%，2015年1月1日至2017年12月31日企业所得税为9%。

芒果树园（北京）商贸有限公司适用的主要税种及税率如下：

税种	计税依据	税率(%)
增值税	应税收入	6/17
企业所得税	应纳税所得额	25
城市维护建设税	流转税税额	7
教育费附加	流转税税额	3
地方教育附加	流转税税额	2

其中，活动营销服务收入增值税税率为6%，销售类收入增值税税率为17%。

蓝海腾悦（北京）旅行社有限公司适用的主要税种及税率如下：

税种	计税依据	税率(%)
增值税	应税收入	3
营业税	应税营业额	5
企业所得税	应纳税所得额	25
城市维护建设税	流转税税额	7
教育费附加	流转税税额	3
地方教育附加	流转税税额	2

蓝海腾跃是增值税小规模纳税人，增值税征收率为3%；旅游业营业税为5%。

北京盛世鸿天会展服务有限公司适用的主要税种及税率如下：

税种	计税依据	税率(%)
增值税	应税收入	6
企业所得税	应纳税所得额	25
城市维护建设税	流转税税额	7
教育费附加	流转税税额	3
地方教育附加	流转税税额	2

上海湃杰广告有限公司适用的主要税种及税率如下：

税种	计税依据	税率(%)
增值税	应税收入	6/17
企业所得税	应纳税所得额	25
城市维护建设税	流转税税额	1/5
河道管理费	流转税税额	1
教育费附加	流转税税额	3
地方教育附加	流转税税额	2

其中，活动营销服务收入增值税税率为6%，销售类收入增值税税率为17%。2013年1月1日-2015年3月31日城市维护建设税税率为1%，2015年4月1日起城市维护建设税税率为5%。

报告期内，公司税收缴纳采用查账征收方式，公司享受的税收优惠情况具体如下：

1、根据《西藏自治区人民政府关于印发西藏自治区企业所得税政策实施办法的通

知（藏政发[2014]51号文件）》的规定：“西藏自治区的企业统一执行西部大开发战略中企业所得税15%的税率。自2015年1月1日起至2017年12月31日止，暂免征收我区企业应缴纳的企业所得税中属于地方分享的部分。”公司全资子公司拉萨蓝色方略信息咨询有限公司按照上述规定执行企业所得税15%的税率，自2015年1月1日起至2017年12月31日止暂免地方分享部分后，实际缴纳比率为9%。

四、公司的主要资产情况

（一）应收款项

1、应收账款

合并数

1) 类别明细情况

单位：元

种类	2015年6月30日			
	余额	比例(%)	坏账准备	净额
账龄分析法组合	34,432,664.36	62.08	941,271.89	33,491,392.47
无信用风险的组合	21,035,060.79	37.92		21,035,060.79
合计	55,467,725.15	100.00	941,271.89	54,526,453.26

单位：元

种类	2014年12月31日			
	余额	比例(%)	坏账准备	净额
账龄分析法组合	25,963,586.22	75.68	166,505.22	25,797,081.00
无信用风险的组合	8,341,396.12	24.32		8,341,396.12
合计	34,304,982.34	100.00	166,505.22	34,138,477.12

单位：元

种类	2013年12月31日			
	金额	比例(%)	坏账准备	净额
账龄分析法组合	15,497,356.39	80.85	67,777.26	15,429,579.13
无信用风险的组合	3,671,195.59	19.15		3,671,195.59
合计	19,168,551.98	100.00	67,777.26	19,100,774.72

2) 账龄分析法组合

单位：元

账龄	坏账准备 计提比率	2015年6月30日			
		余额	比例(%)	坏账准备	净额
6个月以内(含6个月)	0.00%	23,446,533.19	68.09		23,446,533.19
6个月-1年(含1年)	2.00%	8,917,919.50	25.90	178,358.39	8,739,561.11
1-2年(含2年)	30.00%	1,864,711.67	5.42	559,413.50	1,305,298.17
2年以上	100.00%	203,500.00	0.59	203,500.00	-
合计		34,432,664.36	100.00	941,271.89	33,491,392.47

单位：元

账龄	坏账准备 计提比率	2014年12月31日			
		余额	比例(%)	坏账准备	净额
6个月以内(含6个月)	0.00%	23,535,012.89	90.65		23,535,012.89
6个月-1年(含1年)	2.00%	2,007,381.33	7.73	40,147.62	1,967,233.71
1-2年(含2年)	30.00%	421,192.00	1.62	126,357.60	294,834.40
2年以上	100.00%				
合计		25,963,586.22	100.00	166,505.22	25,797,081.00

单位：元

账龄	坏账准备 计提比率	2013年12月31日			
		余额	比例(%)	坏账准备	净额
6个月以内(含6个月)	0.00%	14,484,783.84	93.47		14,484,783.84
6个月-1年(含1年)	2.00%	842,837.55	5.43	16,856.76	825,980.79
1-2年(含2年)	30.00%	169,735.00	1.10	50,920.50	118,814.50
2年以上	100.00%				
合计		15,497,356.39	100.00	67,777.26	15,429,579.13

3) 无信用风险的组合

单位：元

单位名称	2015年6月30日	坏账准备	计提比例(%)	计提理由
北京蓝色光标电子商务股份有限公司	7,425,064.52			关联方款项, 认定无信用风险
北京捷报数据技术有限公司	106,000.00			关联方款项, 认定无信用风险
北京蓝色光标公关顾问有限公司	3,131,155.38			关联方款项, 认定无信用风险
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	375,553.00			关联方款项, 认定无信用风险
北京思恩客广告有限公司	26,460.00			关联方款项, 认定无信用风险
广州蓝色光标市场顾问有限公司	501,000.00			关联方款项, 认定无信用风险
蓝色光标(天津)市场营销有限公司	2,123,575.00			关联方款项, 认定无信用风险
上海精准阳光文化传媒有限公司	340,117.30			关联方款项, 认定无信用风险
上海蓝色光标品牌顾问有限公司	5,906,935.59			关联方款项, 认定无信用风险
山南蓝色光标数字营销有限公司	299,200.00			关联方款项, 认定无信用风险
蓝色光标电子商务(上海)有限公司	800,000.00			关联方款项, 认定无信用风险
合计	21,035,060.79			

单位：元

单位名称	2014年12月31日	坏账准备	计提比例(%)	计提理由
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	6,453,185.00			关联方款项, 认定无信用风险
山南蓝色光标数字营销有限公司	1,380,693.81			关联方款项, 认定无信用风险
上海蓝色光标数字文化传播有限公司	232,225.31			关联方款项, 认定无信用风险
狮华投资顾问(上海)有限公司	127,912.00			关联方款项, 认定无信用风险

蓝色光标电子商务（上海）有限公司	110,000.00			关联方款项，认定无信用风险
北京思恩客广告有限公司	37,380.00			关联方款项，认定无信用风险
合计	8,341,396.12			

单位：元

单位名称	2013年12月31日	坏账准备	计提比例(%)	计提理由
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	2,505,715.40			关联方款项，认定无信用风险
上海蓝色光标品牌顾问有限公司	140,480.19			关联方款项，认定无信用风险
北京蓝色印象品牌顾问有限公司	60,000.00			关联方款项，认定无信用风险
北京蓝色光标公关顾问有限公司	965,000.00			关联方款项，认定无信用风险
合计	3,671,195.59			

母公司数

1) 类别明细情况

单位：元

种类	2015年6月30日			
	余额	比例(%)	坏账准备	净额
账龄分析法组合	23,066,019.05	75.05	57,135.96	23,008,883.09
无信用风险的组合	7,666,375.89	24.95		7,666,375.89
合计	30,732,394.94	100.00	57,135.96	30,675,258.98

单位：元

种类	2014年12月31日			
	余额	比例(%)	坏账准备	净额
账龄分析法组合	10,596,502.90	56.25	22,507.60	10,573,995.30
无信用风险的组合	8,243,071.12	43.75		8,243,071.12
合计	18,839,574.02	100.00	22,507.60	18,817,066.42

单位：元

种类	2013年12月31日			
	金额	比例(%)	坏账准备	净额
账龄分析法组合	4,729,359.25	56.81	13,000.00	4,716,359.25
无信用风险的组合	3,595,287.59	43.19		3,595,287.59
合计	8,324,646.84	100.00	13,000.00	8,311,646.84

2) 账龄分析法组合

单位：元

账龄	坏账准备 计提比率	2015年6月30日			
		余额	比例(%)	坏账准备	净额
6个月以内(含6个月)	0.00%	21,240,909.05	92.09		21,240,909.05
6-12个月(含12个月)	2.00%	1,751,418.00	7.59	35,028.36	1,716,389.64
12-24个月(含24个月)	30.00%	73,692.00	0.32	22,107.60	51,584.40
24个月以上	100.00%				

合 计		23,066,019.05	100.00	57,135.96	23,008,883.09
-----	--	---------------	--------	-----------	---------------

单位：元

账 龄	坏账准备 计提比率	2014年12月31日			
		余额	比例 (%)	坏账准备	净额
6个月以内(含6个月)	0.00%	10,502,810.90	99.12		10,502,810.90
6-12个月(含12个月)	2.00%	20,000.00	0.19	400.00	19,600.00
12-24个月(含24个月)	30.00%	73,692.00	0.69	22,107.60	51,584.40
24个月以上	100.00%				
合 计		10,596,502.90	100.00	22,507.60	10,573,995.30

单位：元

账 龄	坏账准备 计提比率	2013年12月31日			
		余额	比例 (%)	坏账准备	净额
6个月以内(含6个月)	0.00%	4,499,359.45	95.14		4,499,359.45
6-12个月(含12个月)	2.00%	199,999.80	4.23	4,000.00	195,999.80
12-24个月(含24个月)	30.00%	30,000.00	0.63	9,000.00	21,000.00
24个月以上	100.00%				
合 计		4,729,359.25	100.00	13,000.00	4,716,359.25

3) 无信用风险的组合

单位：元

单位名称	2015年6月30日	坏账准备	计提比例 (%)	计提理由
北京捷报数据技术有限公司	106,000.00			关联方款项, 认定无信用风险
北京思恩客广告有限公司	26,460.00			关联方款项, 认定无信用风险
广州蓝色光标市场顾问有限公司	501,000.00			关联方款项, 认定无信用风险
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	285,303.00			关联方款项, 认定无信用风险
上海蓝色光标品牌顾问有限公司	3,895,935.59			关联方款项, 认定无信用风险
上海精准阳光文化传播有限公司	340,117.30			关联方款项, 认定无信用风险
北京蓝色光标公关顾问有限公司	2,511,560.00			关联方款项, 认定无信用风险
合 计	7,666,375.89			

单位：元

单位名称	2014年12月31日	坏账准备	计提比例 (%)	计提理由
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	6,434,360.00			关联方款项, 认定无信用风险
山南蓝色光标数字营销有限公司	1,372,693.81			关联方款项, 认定无信用风险
上海蓝色光标数字文化传播有限公司	232,225.31			关联方款项, 认定无信用风险
狮华投资顾问(上海)有限公司	96,592.00			关联方款项, 认定无信用风险
上海湃杰广告有限公司	107,200.00			关联方款项, 认定无信用风险
合 计	8,243,071.12			

单位：元

单位名称	2013年12月31日	坏账准备	计提比例(%)	计提理由
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	2,440,915.40			关联方款项, 认定无信用风险
上海蓝色光标品牌顾问有限公司	129,372.19			关联方款项, 认定无信用风险
北京蓝色印象品牌顾问有限公司	60,000.00			关联方款项, 认定无信用风险
北京蓝色光标公关顾问有限公司	965,000.00			关联方款项, 认定无信用风险
合计	3,595,287.59			

公司最近两年及一期应收账款净额占比情况如下:

单位: 元

项目	2015年1-6月	2014年度	2013年度
应收账款净额	54,526,453.26	34,138,477.12	19,100,774.72
营业收入	66,100,686.75	101,517,099.62	66,008,633.10
应收账款净额占营业收入比重(%)	82.49	33.63	28.94
总资产	75,417,558.75	53,897,838.41	33,120,466.77
应收账款净额占总资产比重(%)	72.30	63.34	57.67

2013年末、2014年末与2015年6月末公司应收账款净额分别为1,910.08万元、3,413.85万元与5,452.65万元, 应收账款净额占当期营业收入的比例分别为28.94%、33.63%与82.49%, 应收账款净额占总资产的比例分别为57.67%、63.34%与72.30%, 比例较高, 主要是由于公司属于轻资产公司, 固定资产等非流动资产占比很低, 公司资产主要集中于货币资金和应收账款, 而应收账款的回款周期一般为3-6个月, 使得报告期内应收账款净额较大。2015年6月末应收账款净额占营业收入比重较高, 主要是由于该期仅包含2015年1-6月营业收入所致。

报告期公司应收账款净额逐年大幅增加, 2014年末应收账款净额较2013年末大幅增加, 主要是由于2014年度公司在集团整体协同效应的带动下, 营业收入较2013年度大幅增加, 应收账款随之增加所致, 即截至2014年末, 公司对北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司、联想(上海)有限公司、拜耳医药保健有限公司等客户的大额应收账款合计金额为1,158万元, 使得该年末应收账款金额较大。

公司2015年6月末应收账款较2014年末大幅增加, 主要是由于2015年1-6月公司营业收入较上年同期增加, 而应收账款有一定的回款周期, 2015年6月末公司大部分应收账款账龄在半年以内, 尚未收回款项, 该期间客户对于公司催收应收账款的配合度较低, 使得该期期末应收账款大幅增加。

当营销活动服务执行完毕后, 公司根据活动执行的实际过程进行决算并提供给客户, 并需要为客户提供一系列项目过程性资料, 如其所需要的各类涉及其内部结算付款流程

的规范性资料文档，还时常需要为客户提供活动精彩过程的视频剪辑、活动结束后用于线上及线下传播分享的宣传素材等资料，客户一般在上述事项完成后才会付款。对于越大型的活动项目，整个过程所需时间越长。另外，对于跨月执行的活动项目，公司根据合同金额和执行时间，按月分期确认收入，但客户一般在活动全部结束之后才会进行项目的整体决算并开始付款。上述结算方式及业务特点导致随着公司的逐渐发展，体量更大、时间和空间跨度更大的项目所占比重提升的同时，会直接导致公司的应收账款账期被动延长且金额上升。

此外，随着公司业务的发展，既有成熟的客户较为稳定、流失率低，其所占销售收入比重越来越大；既有客户大多与公司以长期合作伙伴的关系签订包括付款账期要求的合作协议，这也会导致公司应收账款总体的平均账期延长，金额增加。

应收账款的情况符合公司结算政策和行业特点。

截至2015年6月30日，公司应收账款中账龄分析法组合金额为34,432,664.36元，关联方款项组合金额为21,035,060.79元。账龄分析法组合中的应收账款账龄6个月以内占68.09%，6个月-1年的占25.90%，1-2年的占5.42%，2年以上为0.59%，账龄基本在1年以内，因此总体发生坏账的风险较小。公司账龄2年以上的应收账款为上海解放文化传播有限公司203,500元，由于业务双方项目负责人均已离职，未能及时收回该款项；公司已经采取措施积极催收，双方已达成协议在2015年底前回款，从而降低坏账发生的可能性。

截至2015年6月30日，应收账款金额前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占应收账款总额的比例(%)
北京蓝色光标电子商务股份有限公司	关联方	7,425,064.52	6个月内	13.39
上海蓝色光标品牌顾问有限公司	关联方	5,906,935.59	6个月内	10.65
北京京东世纪贸易有限公司	非关联方	3,903,000.00	6个月内	7.04
北京蓝色光标公关顾问有限公司	关联方	3,131,155.38	6个月内	5.65
克莱斯勒（中国）汽车销售有限公司	非关联方	2,329,066.13	6个月内	4.20
合计		22,695,221.62		40.92

截至2014年12月31日，应收账款前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占应收账款总额的比例(%)
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	关联方	1,449,325.00	6个月内	4.22
		5,003,860.00	6个月-1年	14.59

联想（上海）有限公司	非关联方	3,339,399.38	6个月内	9.73
		90,361.66	6个月-1年	0.26
拜耳医药保健有限公司	非关联方	1,698,327.26	6个月内	4.95
卡骆驰鞋饰(上海)有限公司	非关联方	1,635,949.98	6个月内	4.77
上海魅弦文化传播有限公司	非关联方	1,500,000.00	6个月内	4.38
合计		14,717,223.28		42.90

截至 2013 年 12 月 31 日，应收账款前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占应收账款总额的比例(%)
联想（上海）有限公司	非关联方	3,208,125.50	6个月内	16.74
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	关联方	2,505,715.40	6个月内	13.07
珀莱雅化妆品股份有限公司	非关联方	1,530,000.00	6个月内	7.98
卡骆驰鞋饰(上海)有限公司	非关联方	1,439,440.00	6个月内	7.51
联想（上海）有限公司	非关联方	965,000.00	6个月内	5.03
合计		9,648,280.90		50.33

截至 2015 年 6 月 30 日，应收账款中持公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位及个人款项情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占应收账款总额的比例(%)
上海蓝色光标品牌顾问有限公司	控股股东	5,906,935.59	6个月内	10.65
合计		5,906,935.59		10.65

2、预付款项

单位：元

账龄	2015年6月30日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内	398,524.43	100.00	154,886.00	100.00	242,793.00	100.00
1-2年						
2-3年						
3年以上						
合计	398,524.43	100.00	154,886.00	100.00	242,793.00	100.00

公司预付款项主要为预付的房租及会展服务费等。截至 2015 年 6 月 30 日，预付款项账龄均在 1 年以内，整体账龄较短。

截至 2015 年 6 月 30 日，预付款项金额前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	占预付款项总额的比例(%)	账龄	款项性质
北京·松下彩色显象管有限公	非关联方	202,891.00	50.91	1年以	预付租房

司				内	费
北京三叶巢装饰工程有限公司	非关联方	114,000.00	28.61	1年以内	预付展台费
北京宝成会展服务有限公司	非关联方	33,180.43	8.33	1年以内	预付会展服务费
易飞畅行商务管理(北京)有限公司	非关联方	19,287.00	4.84	1年以内	预付机票费
杭州孚德品牌管理有限公司	非关联方	9,890.00	2.47	1年以内	预付活动物品款
合计		379,248.43	95.16		

截至2014年12月31日,预付款项金额前五名的情况如下:

单位:元

单位名称	与本公司关系	金额	占预付款项总额的比例(%)	账龄	款项性质
北京·松下彩色显象管有限公司	非关联方	132,386.00	85.47	1年以内	预付租房费
上海田子坊投资咨询有限公司	非关联方	22,500.00	14.53	1年以内	预付租房费
合计		154,886.00	100.00		

截至2013年12月31日,预付款项金额前五名的情况如下:

单位:元

单位名称	与本公司关系	金额	占预付款项总额的比例(%)	账龄	款项性质
北京·松下彩色显象管有限公司	非关联方	120,293.00	49.55	1年以内	预付租房费
北京文韬武略广告有限公司	非关联方	100,000.00	41.19	1年以内	预付设计服务费
上海田子坊投资咨询有限公司	非关联方	22,500.00	9.26	1年以内	预付租房费
合计		242,793.00	100.00		

截至2015年6月30日,预付款项中无持公司5%以上(含5%)表决权股份的股东单位及个人款项。

3、其他应收款

合并数

1) 类别明细情况

单位:元

种类	2015年6月30日			
	余额	比例(%)	坏账准备	净额
账龄分析法组合	7,306,873.65	99.32	8,340.08	7,298,533.57
无信用风险的组合	49,710.00	0.68		49,710.00
合计	7,356,583.65	100.00	8,340.08	7,348,243.57

单位:元

种类	2014年12月31日			
	余额	比例(%)	坏账准备	净额
账龄分析法组合	1,768,828.70	97.27	5,474.86	1,763,353.84
无信用风险的组合	49,710.00	2.73		49,710.00
合计	1,818,538.70	100.00	5,474.86	1,813,063.84

单位：元

种类	2013年12月31日			
	金额	比例(%)	坏账准备	净额
账龄分析法组合	1,565,748.00	97.23		1,565,748.00
无信用风险的组合	44,590.00	2.77		44,590.00
合计	1,610,338.00	100.00		1,610,338.00

2) 账龄分析法组合

单位：元

账龄	坏账准备 计提比率	2015年6月30日			
		余额	比例(%)	坏账准备	净额
6个月以内(含6个月)	0.00%	6,889,869.65	94.29		6,889,869.65
6个月-1年(含1年)	2.00%	417,004.00	5.71	8,340.08	408,663.92
1-2年(含2年)	30.00%				
2年以上	100.00%				
合计		7,306,873.65	100.00	8,340.08	7,298,533.57

单位：元

账龄	坏账准备 计提比率	2014年12月31日			
		余额	比例(%)	坏账准备	净额
6个月以内(含6个月)	0.00%	1,495,085.70	84.52		1,495,085.70
6个月-1年(含1年)	2.00%	273,743.00	15.48	5,474.86	268,268.14
1-2年(含2年)	30.00%				
2年以上	100.00%				
合计		1,768,828.70	100.00	5,474.86	1,763,353.84

单位：元

账龄	坏账准备 计提比率	2013年12月31日			
		余额	比例(%)	坏账准备	净额
6个月以内(含6个月)	0.00%	1,565,748.00	100.00		1,565,748.00
6个月-1年(含1年)	2.00%				
1-2年(含2年)	30.00%				
2年以上	100.00%				
合计		1,565,748.00	100.00		1,565,748.00

3) 无信用风险的组合

单位：元

单位名称	2015年6月30日	坏账准备	计提比例(%)	计提理由
上海意创办公系统有限公司	2,000.00			预付押金, 认定无信用风险
上海雀巢饮用水有限公司	210.00			预付押金, 认定无信用风险
上海田子坊投资咨询有限公司	47,500.00			预付押金, 认定无信用风险
合计	49,710.00			

单位：元

单位名称	2014年12月31日	坏账准备	计提比例(%)	计提理由
上海意创办公系统有限公司	2,000.00			预付押金, 认定无信用风险
上海雀巢饮用水有限公司	210.00			预付押金, 认定无信用风险
上海田子坊投资咨询有限公司	47,500.00			预付押金, 认定无信用风险
合计	49,710.00			

单位: 元

单位名称	2013年12月31日	坏账准备	计提比例(%)	计提理由
上海雀巢饮用水有限公司	90.00			预付押金, 认定无信用风险
上海田子坊投资咨询有限公司	22,500.00			预付押金, 认定无信用风险
上海意创办公系统有限公司	2,000.00			预付押金, 认定无信用风险
葛亥渊	20,000.00			保证金, 认定无信用风险
合计	44,590.00			

母公司数

1) 类别明细情况

单位: 元

种类	2015年6月30日			
	余额	比例(%)	坏账准备	净额
账龄分析法组合	5,920,130.25	47.28	8,340.08	5,911,790.17
无信用风险的组合	6,600,000.00	52.72		6,600,000.00
合计	12,520,130.25	100.00	8,340.08	12,511,790.17

单位: 元

种类	2014年12月31日			
	余额	比例(%)	坏账准备	净额
账龄分析法组合	855,804.70	10.76	1,063.18	854,741.52
无信用风险的组合	7,100,000.00	89.24		7,100,000.00
合计	7,955,804.70	100.00	1,063.18	7,954,741.52

单位: 元

种类	2013年12月31日			
	余额	比例(%)	坏账准备	净额
账龄分析法组合	736,745.00	32.94		736,745.00
无信用风险的组合	1,500,000.00	67.06		1,500,000.00
合计	2,236,745.00	100.00		2,236,745.00

2) 账龄分析法组合

单位: 元

账龄	坏账准备 计提比率	2015年6月30日			
		余额	比例(%)	坏账准备	净额
6个月以内(含6个月)	0.00%	5,503,126.25	92.96		5,503,126.25
6个月-1年(含1年)	2.00%	417,004.00	7.04	8,340.08	408,663.92
1-2年(含2年)	30.00%				
2年以上	100.00%				

合 计		5,920,130.25	100.00	8,340.08	5,911,790.17
-----	--	--------------	--------	----------	--------------

单位：元

账 龄	坏账准备 计提比率	2014年12月31日			
		余额	比例 (%)	坏账准备	净额
6个月以内(含6个月)	0.00%	802,645.70	93.79		802,645.70
6个月-1年(含1年)	2.00%	53,159.00	6.21	1,063.18	52,095.82
1-2年(含2年)	30.00%				-
2年以上	100.00%				-
合 计		855,804.70	100.00	1,063.18	854,741.52

单位：元

账 龄	坏账准备 计提比率	2013年12月31日			
		余额	比例 (%)	坏账准备	净额
6个月以内(含6个月)	0.00%	736,745.00	100.00		736,745.00
6个月-1年(含1年)	2.00%				
1-2年(含2年)	30.00%				
2年以上	100.00%				
合 计		736,745.00	100.00		736,745.00

3) 无信用风险的组合

单位：元

单位名称	2015年6月30日	坏账准备	计提比例 (%)	计提理由
芒果树园(北京)商贸有限公司	4,200,000.00			关联方款项, 认定无信用风险
上海湃杰广告有限公司	2,400,000.00			关联方款项, 认定无信用风险
合 计	6,600,000.00			

单位：元

单位名称	2014年12月31日	坏账准备	计提比例 (%)	计提理由
芒果树园(北京)商贸有限公司	4,700,000.00			关联方款项, 认定无信用风险
上海湃杰广告有限公司	2,400,000.00			关联方款项, 认定无信用风险
合 计	7,100,000.00			

单位：元

单位名称	2013年12月31日	坏账准备	计提比例 (%)	计提理由
芒果树园(北京)商贸有限公司	1,500,000.00			关联方款项, 认定无信用风险
合 计	1,500,000.00			

报告期内其他应收款主要为公司支付给供应商的项目**活动备用金**。2015年6月末公司其他应收款较2014年末大幅增加, 主要是随着集团整体协同效应的不断增强, 同时2015年初原蓝色光标体系内的活动团队整合并入至公司, 使得公司的销售规模大幅扩大, 对供应商提供的服务或商品的需求也随之增加, 因此使得该期末其他应收款较2014年末大幅增加。

截至 2015 年 6 月 30 日，其他应收款欠款金额前五名情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	占其他应收款总额的比例(%)	账龄	款项性质
全旺企业管理（上海）有限公司	非关联方	683,000.00	9.28	6 个月内	活动备用金
东莞市丰泽包装实业有限公司	非关联方	600,000.00	8.16	6 个月内	活动备用金
上海星期网络科技有限公司	非关联方	401,000.00	5.45	6 个月内	活动备用金
中国对外贸易中心（集团）有限公司	非关联方	303,149.00	4.12	6 个月内	活动备用金
北京奥新雅胜文化传播有限公司	非关联方	288,953.00	3.93	6 个月内	活动备用金
合计		2,276,102.00	30.94		

截至 2014 年 12 月 31 日，其他应收款金额前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	占其他应收款总额的比例(%)	账龄	款项性质
北京京时尚广告有限公司	非关联方	300,000.00	16.50	6 个月内	活动备用金
设季荟（上海）投资管理有限公司	非关联方	275,000.00	15.12	6 个月内	活动备用金
吴彤	非关联方	257,674.70	14.17	6 个月内	活动备用金
上海商友票务代理有限公司	非关联方	220,584.00	12.13	6 个月-1 年	活动备用金
三道沟（张家口）旅游胜地有限公司	非关联方	150,000.00	8.25	6 个月内	活动备用金
合计		1,203,258.70	66.17		

截至 2013 年 12 月 31 日，其他应收款金额前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	占其他应收款总额的比例(%)	账龄	款项性质
北京中瑞生生动力科贸有限公司	非关联方	263,470.00	16.36	6 个月内	活动备用金
北京网聚人合广告有限公司	非关联方	248,000.00	15.40	6 个月内	活动备用金
天泽天地文化传媒（北京）有限公司	非关联方	210,000.00	13.04	6 个月内	活动备用金
广东省拱北口岸中国旅行社有限公司	非关联方	200,000.00	12.42	6 个月内	活动备用金
陈颖遐	非关联方	130,000.00	8.07	6 个月内	活动备用金
合计		1,051,470.00	65.29		

截至 2015 年 6 月 30 日，其他应收款中无持公司 5% 以上（含 5%）表决权股份的股东单

位及个人款项。

(二) 长期股权投资

母公司数

单位：元

被投资单位名称	持股比例 (%)	2014年12月31日	本期增减	减值准备	2015年6月30日	核算方法
上海湃杰广告有限公司	100.00	100,000.00			100,000.00	成本法
北京盛世鸿天会展服务有限公司	100.00	1,006,166.00			1,006,166.00	成本法
蓝海腾悦(北京)旅行社有限公司	100.00	500,000.00			500,000.00	成本法
芒果树园(北京)商贸有限公司	100.00	500,000.00			500,000.00	成本法
拉萨蓝色方略信息咨询有限公司	100.00	500,000.00			500,000.00	成本法
合计		2,606,166.00			2,606,166.00	

续表：

被投资单位名称	持股比例 (%)	2013年12月31日	本期增减	减值准备	2014年12月31日	核算方法
上海湃杰广告有限公司	100.00	100,000.00			100,000.00	成本法
北京盛世鸿天会展服务有限公司	100.00	1,006,166.00			1,006,166.00	成本法
蓝海腾悦(北京)旅行社有限公司	100.00	500,000.00			500,000.00	成本法
芒果树园(北京)商贸有限公司	100.00	500,000.00			500,000.00	成本法
拉萨蓝色方略信息咨询有限公司	100.00	500,000.00			500,000.00	成本法
合计		2,606,166.00			2,606,166.00	

报告期内公司长期股权投资情况详见本说明书“第一节 基本情况”之“四、公司设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况”之“(二) 子公司自设立以来的股权变动情况”。

(三) 固定资产

固定资产原值

单位：元

类别	2014年12月31日	本期增加	本期减少	2015年6月30日
办公及电子设备	587,828.42	39,230.78		627,059.20
合计	587,828.42	39,230.78		627,059.20

续表：

类别	2013年12月31日	本期增加	本期减少	2014年12月31日
办公及电子设备	377,812.15	210,016.27		587,828.42
合计	377,812.15	210,016.27		587,828.42

累计折旧

单位：元

类别	2014年12月31日	本期增加	本期减少	2015年6月30日
办公及电子设备	258,640.32	69,253.61		327,893.93
合计	258,640.32	69,253.61		327,893.93

续表：

类别	2013年12月31日	本期增加	本期减少	2014年12月31日
办公及电子设备	136,271.73	122,368.59		258,640.32
合计	136,271.73	122,368.59		258,640.32

固定资产净值

单位：元

类别	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
办公及电子设备	299,165.27	329,188.10	241,540.42
合计	299,165.27	329,188.10	241,540.42

截至2015年6月30日，公司固定资产均为办公及电子设备。公司现有固定资产处于良好状态，不存在减值迹象，因此对固定资产未计提减值准备。

(四) 长期待摊费用

单位：元

项目	2014年12月31日	本期增加	本期转出	2015年6月30日
装修费	155,384.62	172,700.00	19,490.16	308,594.46
合计	155,384.62	172,700.00	19,490.16	308,594.46

续表：

项目	2013年12月31日	本期增加	本期转出	2014年12月31日
装修费		160,000.00	4,615.38	155,384.62
合计		160,000.00	4,615.38	155,384.62

(五) 资产减值准备计提情况

1、主要资产减值准备计提依据

(1) 坏账准备：公司采用备抵法核算坏账损失。1) 对于单项金额重大且有客观证据表明发生了减值的应收款项，应单项计提坏账准备。坏账准备根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提；单项金额重大的判断依据或金额标准为期末余额100万元以上应收款项；2) 对于关联方应收款项、押金、保证金等应收款项单独进行减值测试，除非有证据表明存在无法收回部分或全部款项的，通常不计提坏账准备；3) 对于单项金额非重大以及经单独测试后未减值的单项金额重大的应收款项，根据相同账龄应收款项组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定各项组合计提坏账准备的比例。账龄分析法账龄的划分和提取比例如下：6个月以内(含6个月)0%，6个月-1年(含1年)2%，1-2年(含2年)30%，2年以上100%；4) 坏账准备计提的范围包括应收账款和其

他应收款。

(2) 存货跌价准备：对期末存货按成本与可变现净值孰低法计量。年度终了，公司对存货进行全面清查，对单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

(3) 长期股权投资减值准备：长期股权投资的账面价值大于享有被投资单位净资产（包括相关商誉）账面价值的份额等情况时，对长期股权投资进行减值测试，可收回金额低于长期股权投资账面价值的，计提减值准备。

(4) 固定资产减值准备：当固定资产的可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。符合持有待售条件的固定资产，以账面价值与公允价值减去处置费用孰低的金额列示。公允价值减去处置费用低于原账面价值的金额，确认为资产减值损失。

(5) 无形资产减值准备：当无形资产的可收回金额低于其账面价值时，无形资产减值准备按账面价值与可收回金额的差额计提。

(6) 在建工程减值准备：当在建工程的可收回金额低于其账面价值时，在建工程减值准备按账面价值与可收回金额的差额计提。

2、减值准备实际计提情况

截至 2015 年 6 月 30 日，公司对应收账款、其他应收款计提了坏账准备，具体计提的准备情况如下：

单位：元

类别	2014 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少(转销)	2015 年 6 月 30 日
坏账准备	171,980.08	777,631.89		949,611.97
合计	171,980.08	777,631.89		949,611.97

续表：

类别	2013 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少(转销)	2014 年 12 月 31 日
坏账准备	67,777.26	104,202.82		171,980.08
合计	67,777.26	104,202.82		171,980.08

除上述两项减值准备以外，公司未对其他资产计提减值准备。

五、公司重大债务情况

(一) 应付账款

单位：元

账龄	2015年6月30日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内	31,422,518.24	100.00	17,618,686.43	100.00	9,273,204.82	100.00
1-2年						
2-3年						
3年以上						
合计	31,422,518.24	100.00	17,618,686.43	100.00	9,273,204.82	100.00

应付账款主要为公司向供应商采购的活动服务费用。2014年末公司应付账款较2013年末大幅增加，主要是由于2014年度公司的营收规模快速扩大，对供应商采购量也随之增加，同时公司在比质比价的过程中能够根据不同的业务类型和供应商签订3-6个月付款周期的合同，使得2014年末应付账款金额较大。2015年6月末应付账款较2014年末大幅增加，主要是由于该期末公司大多数项目正在开展中，对供应商提供服务或商品的需求较大，使得该期末应付账款金额较大。

截至2015年6月30日，应付账款金额前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	占应付款总额的比例(%)	账龄	款项性质
北京榆燕翔家具有限公司	非关联方	1,890,000.00	6.01	1年以内	展台服务费
北京星光月美文化传播有限公司	非关联方	1,571,439.00	5.00	1年以内	灯光音响服务费
北京奥艺博览展览展示有限公司	非关联方	1,277,720.00	4.07	1年以内	会展服务费
北京西码宏腾展览有限公司	非关联方	1,078,700.00	3.43	1年以内	会展服务费
北京摩丁创想文化传播有限公司	非关联方	997,300.00	3.17	1年以内	视频制作服务费
合计		6,815,159.00	21.69		

截至2014年12月31日，应付账款金额前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	占应付款总额的比例(%)	账龄	款项性质
北京宇宁兄弟舞美设备安装工程有限公司	非关联方	1,520,000.00	8.63	1年以内	会场设备服务费
北京京时尚广告有限公司	非关联方	1,070,000.00	6.07	1年以内	活动设计服务费
九麦今夜(北京)文化传媒有限公司	非关联方	960,000.00	5.45	1年以内	演艺服务费
广州西码展览有限公司	非关联方	945,000.00	5.36	1年以内	会展服务费
北京文韬武略广告有限公司	非关联方	787,500.00	4.47	1年以内	活动设计服

					务费
合计		5,282,500.00	29.98		

截至 2013 年 12 月 31 日，应付账款金额前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	占应付款总额的比例 (%)	账龄	款项性质
广州西码展览有限公司	非关联方	1,400,000.00	15.10	1 年以内	会展服务费
北京麦勤广告有限公司	非关联方	725,957.00	7.83	1 年以内	拍摄服务费
北京京时尚广告有限公司	非关联方	649,600.00	7.01	1 年以内	活动设计服务费
北京浮古公关策划有限公司	非关联方	630,000.00	6.79	1 年以内	活动策划服务费
北京中瑞生动力科贸有限公司	非关联方	526,940.00	5.68	1 年以内	活动物品款
合计		3,932,497.00	42.41		

截至 2015 年 6 月 30 日，应付账款中无持公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位及个人款项。

（二）预收款项

单位：元

账龄	2015 年 6 月 30 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内	67,480.74	100.00	714,058.73	100.00	265.83	100.00
1-2 年						
2-3 年						
3 年以上						
合计	67,480.74	100.00	714,058.73	100.00	265.83	100.00

截至 2015 年 6 月 30 日，预收款项金额前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	占预收款项总额的比例 (%)	账龄	款项性质
上海索迪斯管理有限公司	非关联方	34,285.72	50.81	1 年以内	服务款项
鲁丹	非关联方	13,188.00	19.54	1 年以内	预收物品货款
卡骆驰鞋饰(上海)有限公司	非关联方	8,096.02	12.00	1 年以内	服务款项
廊坊立邦涂料有限公司	非关联方	7,020.00	10.40	1 年以内	服务款项
安世亚太科技(北京)有限公司	非关联方	4,891.00	7.25	1 年以内	服务款项
合计		67,480.74	100.00		

截至 2014 年 12 月 31 日，预收款项前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	占预收款项总额的比例 (%)	账龄	款项性质
设季荟（上海）投资管理有限公司	非关联方	580,333.33	81.27	1年以内	服务款项
深圳市左右家私有限公司	非关联方	69,919.40	9.79	1年以内	服务款项
中企华今财富（北京）资产管理有限公司	非关联方	50,000.00	7.00	1年以内	服务款项
中国投资责任有限公司	非关联方	13,806.00	1.93	1年以内	服务款项
合计		714,058.73	100.00		

截至 2013 年 12 月 31 日，预收款项前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	占预收款项总额的比例 (%)	账龄	款项性质
Aligh Ltd T/A Jawbone	非关联方	265.83	100.00	1年以内	服务款项
合计		265.83	100.00		

截至 2015 年 6 月 30 日，预收款项中无持公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位及个人款项。

（三）其他应付款

单位：元

账龄	2015年6月30日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1年以内	6,491.59	100.00	278,499.78	100.00	173,482.65	100.00
1-2年						
2-3年						
3年以上						
合计	6,491.59	100.00	278,499.78	100.00	173,482.65	100.00

截至 2015 年 6 月 30 日，其他应付款余额情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	占其他应付款总额的比例 (%)	账龄	款项性质
北京市朝阳区社会保险基金管理中心	非关联方	4,691.59	72.27	1年以内	员工社保款
北京盛润美花卉销售中心	非关联方	1,800.00	27.73	1年以内	应付会议花卉款
合计		6,491.59	100.00		

截至 2014 年 12 月 31 日，其他应付款余额前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	占其他应付款总额的比例 (%)	账龄	款项性质
北京市朝阳区社会保险基金管理中心	非关联方	143,399.79	51.49	1年以内	员工社保款
北京华万控股集团有限公司	非关联方	128,500.00	46.14	1年以内	预收活动服务款
张珊珊	非关联方	4,800.00	1.72	1年以内	预收旅行活动服务款
北京盛润美花卉销售中心	非关联方	1,800.00	0.65	1年以内	应付会议花卉款
合计		278,499.79	100.00		

截至 2013 年 12 月 31 日，其他应付款余额前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	占其他应付款总额的比例 (%)	账龄	款项性质
北京市朝阳区社会保险基金管理中心	非关联方	97,844.01	56.40	1年以内	员工社保款
北京优视网络有限公司	非关联方	34,828.00	20.08	1年以内	预收物品货款
天职国际会计师事务所	非关联方	31,072.42	17.91	1年以内	审计费
北京市地方税务局	非关联方	8,149.80	4.70	1年以内	工会经费
孙淑玥	非关联方	1,438.00	0.83	1年以内	代垫税务认证费
合计		173,332.23	99.91		

截至 2015 年 6 月 30 日，其他应付款中无持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位及个人款项情况。

（四）应交税费

单位：元

项目	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
企业所得税	558,686.99	1,666,030.82	1,714,513.76
增值税	3,677,906.38	2,618,416.86	1,237,261.08
营业税	-1,218.27	29,228.68	15,828.42
城市维护建设税	251,937.78	169,580.40	83,495.95
教育费附加	183,834.49	79,521.11	37,592.67
代扣代缴个人所得税	119,000.32	70,805.88	1,747.90
其他	3,057.90	55,675.56	45,482.44
合计	4,793,205.59	4,689,259.31	3,135,922.22

（五）应付股利

单位：元

项目	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
上海蓝色光标品牌顾问	12,800,000.00		

有限公司			
上海励唐会展策划服务有限公司	3,200,000.00		
合 计	16,000,000.00		

股利分配具体情况详见本说明书“第四节 公司财务”之“十、股利分配政策、最近两年及一期实际股利分配情况及公开转让后的股利分配政策”之“(二)最近两年及一期分配情况”。

六、股东权益情况

单位：元

项 目	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
实收资本（股本）	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00
资本公积	0.42	0.42	0.42
盈余公积	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
未分配利润	17,740,079.16	26,943,941.63	17,537,590.83
少数股东权益			
合 计	20,740,079.58	29,943,942.05	20,537,591.25

2015年8月10日，有限公司召开股东会，一致同意公司以2015年6月30日为改制基准日，以经审计的账面净资产16,042,987.68元，按照1:0.6233的比例折合为股本1,000万股，整体变更为股份有限公司，净资产扣除股本后的余额6,042,987.68元计入资本公积。

七、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况

（一）公司主要关联方

1、存在控制关系的关联方

关联方名称（姓名）	与公司关系
上海蓝色光标品牌顾问有限公司	公司控股股东（持股56%）
赵文权	公司实际控制人之一
孙陶然	公司实际控制人之一
吴铁	公司实际控制人之一
许志平	公司实际控制人之一
陈良华	公司实际控制人之一
北京盛世鸿天会展服务有限公司	全资子公司
上海湃杰广告有限公司	全资子公司
芒果树园（北京）商贸有限公司	全资子公司
拉萨蓝色方略信息咨询有限公司	全资子公司

蓝海腾悦（北京）旅行社有限公司	全资子公司
-----------------	-------

公司控股股东上海品牌之基本情况详见本说明书“第一节 基本情况”之“三、公司股权基本情况”之“（一）股权结构图”之“1、公司股东基本情况”。

公司实际控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华之基本情况详见本说明书“第一节 基本情况”之“三、公司股权基本情况”之“（五）公司控股股东和实际控制人基本情况”。

公司全资子公司盛世鸿天、拉萨方略、湃杰广告、芒果树园、蓝海旅行基本情况详见本说明书“第一节基本情况”之“三、公司股权基本情况”之“（一）股权结构图”之“2、公司子公司情况”。

2、持股 5%以上股东（除控股股东）

关联方名称（姓名）	与公司关系
上海励唐会展策划服务有限公司	公司股东（持股 14%），并受同一实际控制人控制
霍尔果斯方略股权投资管理合伙企业（有限合伙）	公司股东（持股 20%）
霍尔果斯蓝标网众股权投资管理合伙企业（有限合伙）	公司股东（持股 10%）

持股 5%以上的公司股东上海励唐、方略投资、蓝标投资之基本情况详见本说明书“第一节 基本情况”之“三、公司股权基本情况”之“（一）股权结构图”之“1、公司股东基本情况”。

3、公司董事、监事、高级管理人员

关联方名称（姓名）	与公司关系
罗坚	董事长、总裁，原实际控制人
毛宇辉	董事
张东	董事
夏志卫	董事
王伟	董事
李莉	监事会主席
聂娜	监事
王诗文	职工监事
杨季	副总裁、董事会秘书
张力珍	财务总监

公司董事、监事、高级管理人员基本情况详见本说明书“第一节 基本情况”之“六、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”。

4、其他关联方

关联方名称	与公司关系
长春方略咨询有限公司	公司前控股股东，董事长、总裁罗坚控制的企业（持股100%）
活动树（北京）科技有限公司	董事长、总裁罗坚控制的企业（持股62%）
活动树信息技术（北京）有限公司	董事长、总裁罗坚间接控制的企业（间接持股43.40%）
Roger Holding Limited（BVI公司）	董事长、总裁罗坚控制的企业（持股100%）
Huodongshu Group Limited（开曼公司）	董事长、总裁罗坚间接控制的企业（间接持股43.40%）
活动树集团（香港）有限公司	董事长、总裁罗坚间接控制的企业（间接持股43.40%）
北京东方永泰投资管理有限公司	董事王伟控制的企业（持股90%）
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司（上市公司）	实际控制人控制的其他企业
北京蓝色光标电子商务股份有限公司	实际控制人控制的其他企业
北京蓝色光标公关顾问有限公司	实际控制人控制的其他企业
电通蓝标（北京）公共关系顾问有限公司	实际控制人控制的其他企业
上海蓝色光标品牌顾问有限公司	实际控制人控制的其他企业
上海蓝色光标公关服务有限公司	实际控制人控制的其他企业
北京思恩客广告有限公司	实际控制人控制的其他企业
北京蓝色光标娱乐传媒咨询有限公司	实际控制人控制的其他企业
上海精准阳光生活传媒广告有限公司	实际控制人控制的其他企业
济南蓝色光标企业管理咨询有限公司	实际控制人控制的其他企业
上海美广互动广告有限公司	实际控制人控制的其他企业
上海今久广告传播有限公司	实际控制人控制的其他企业
上海欣风翼市场营销顾问有限公司	实际控制人控制的其他企业
海南今久广告传播有限公司	实际控制人控制的其他企业
北京橙色阳光科技有限公司	实际控制人控制的其他企业
北京指点互动广告有限公司	实际控制人控制的其他企业
上海精准阳光文化传播有限公司	实际控制人控制的其他企业
安卓越科技（北京）有限公司	实际控制人控制的其他企业
上海励唐会展策划服务有限公司	实际控制人控制的其他企业
山南蓝色光标数字营销有限公司	实际控制人控制的其他企业
北京今久联合房地产经纪有限公司	实际控制人控制的其他企业
北京全经联合时代文化传播有限责任公司	实际控制人控制的其他企业
We Are Very Social Limited	实际控制人控制的其他企业
蓝色光标国际传播集团有限公司	实际控制人控制的其他企业
北京飞鸟创想公关顾问有限公司	实际控制人控制的其他企业
北京蓝色天幕传媒广告有限公司	实际控制人控制的其他企业
密达美渡传播有限公司	实际控制人控制的其他企业
北京美广互动广告有限公司	实际控制人控制的其他企业
蓝色光标国际传播集团（美国）有限公司	实际控制人控制的其他企业
思恩客（香港）广告有限公司	实际控制人控制的其他企业

蓝色光标（天津）市场营销有限公司	实际控制人控制的其他企业
蓝色光标（上海）投资管理有限公司	实际控制人控制的其他企业
Phluency Inc.	实际控制人控制的其他企业
北京北联伟业电子商务有限公司	实际控制人控制的其他企业
上海美广云商电子商务有限公司	实际控制人控制的其他企业
陕西蓝色光标品牌顾问有限公司	实际控制人控制的其他企业
蓝色光标电子商务（上海）有限公司	实际控制人控制的其他企业
北京捷报数据技术有限公司	实际控制人控制的其他企业
浙江蓝色光标数据科技有限公司	实际控制人控制的其他企业
北京东方博杰广告有限公司	实际控制人控制的其他企业
沈阳新维广告有限公司	实际控制人控制的其他企业
蓝色维勒有限公司	实际控制人控制的其他企业
1861710 ALBERTA INC.	实际控制人控制的其他企业
Vision 7 International ULC	实际控制人控制的其他企业
BLUEFOCUS COMMUNICATION GROUP OF AMERICA, INC.	实际控制人控制的其他企业
哈尔滨今维文化传媒有限公司	实际控制人控制的其他企业
长春新维恒通广告有限公司	实际控制人控制的其他企业
北京蓝色天幕传媒广告有限公司	实际控制人控制的其他企业
蓝色光标（天津）移动互联科技有限公司	实际控制人控制的其他企业
蓝合汽车销售（上海）有限公司	实际控制人控制的其他企业
蓝色光标无限互联（北京）投资管理有限公司	实际控制人控制的其他企业
蓝色光标国际传播有限公司	实际控制人控制的其他企业
西藏山南北联伟业电子商务有限公司	实际控制人控制的其他企业
Madhouse Inc.	实际控制人控制的其他企业
Domob Limited	实际控制人控制的其他企业
多盟智胜网络技术（北京）有限公司	实际控制人控制的其他企业
蓝色光标天地互联科技（北京）有限公司	实际控制人控制的其他企业
北京指点互动广告有限公司	实际控制人控制的其他企业
北京蓝色印象品牌顾问有限公司	实际控制人控制的其他企业
上海蓝色光标数字文化传播有限公司	实际控制人控制的其他企业
广州蓝色光标市场顾问有限公司	实际控制人控制的其他企业
深圳蓝色光标互动营销有限公司	实际控制人控制的其他企业
北京智扬唯美科技咨询有限公司	实际控制人控制的其他企业
深圳蓝色光标企业策划有限公司	实际控制人控制的其他企业
北京欣风翼科技有限公司	实际控制人控制的其他企业
北京畅益思科技发展有限公司	实际控制人控制的其他企业
广州精传广告有限公司	实际控制人控制的其他企业
上海精传广告有限公司	实际控制人控制的其他企业

上海尊品生活广告有限公司	实际控制人控制的其他企业
北京生活先锋广告有限公司	实际控制人控制的其他企业
北京今久广告传播有限责任公司	实际控制人控制的其他企业
北京东方传通广告有限公司	实际控制人控制的其他企业
蓝色光标电子商务国际集团有限公司	实际控制人控制的其他企业
青岛时代新维网络科技有限公司	实际控制人控制的其他企业
北京华艺百创传媒科技有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
上海智臻智能网络科技股份有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京华艺百创传媒科技有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
上海太立光标公关顾问有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
颐和美悦（北京）酒店管理有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
上海励唐营销管理有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
上海蓝色未来公关顾问有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
常州皆米蓝标传播有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京博看文思科技有限责任公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京蓝色天成营销顾问有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
西藏山南东方博杰广告有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
上海智臻网络科技有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
Huntsworth 公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京时代影响力影视文化有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
青海昆尚文化传媒有限责任公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京太合娱乐文化发展股份有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
Aries International Ltd	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京华泰瑞联并购基金中心（有限合伙）	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京华录百纳影视股份有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
彪洋科技（北京）有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
The Umbrella joint venture, the “Umbrella JV”	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
拉卡拉支付有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京红土嘉禾创业投资基金（有限合伙）	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
上海天与空广告有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京昆尚国际文化传播有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
上海易络客网络技术有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
FUSE PROJECT, LLC	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京比邻弘科科技有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
上海凯诘电子商务有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
杭州网营科技有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京蓝标畅联科技有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京昆尚文化传媒有限责任公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业

拉卡拉（北京）信用管理有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京建飞科联科技有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
Blab, Inc.	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京璧合科技有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
广州市有车以后信息科技有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京车汇网络科技有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
微岚星空（北京）信息技术有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
乐约信息科技（上海）有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京掌上云景科技有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京智度德普股权投资中心	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
Admaster Inc	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
Zamplus (Cayman) Holdings Limited	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京云图微动科技有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
Optimix Media Asia Limited	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京玄鸟文化传媒有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京洪泰一期创业投资中心（有限合伙）	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京玩乐云科技有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京创金兴业投资中心（有限合伙）	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
上海生活速递直投广告有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
电通蓝标（北京）公共关系顾问有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
大连时代维讯科技有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京飞猫无限科技有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
广州蓝色光标电子商务有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北联伟业电子商务（香港）有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
济南汇选网络科技有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京博看文思信息技术有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
北京喜乐航科技有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
上海艾之瑞股权投资基金合伙企业（有限合伙）	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
西安鑫品生活广告有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
广东百合蓝色焰火文化传媒股份有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
殿堂公共关系顾问集团有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
Financial PR Pte.Ltd	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
Financila Sin.	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
Sage Studio Pte. Ltd.	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
Arise Consulting Ltd.	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
台湾财经公关有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
狮华投资顾问（上海）有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
上海能因博知品牌管理有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业

蓝美航标天地互联（北京）投资管理有限公司	实际控制人直接或间接持有权益但未构成控制的企业
----------------------	-------------------------

（二）关联交易

1、经常性关联交易

（1）关联销售

报告期内，公司关联销售的具体情况如下：

单位名称	关联交易内容	交易主要内容	定价原则	2015年1-6月	2014年度	2013年度
北京蓝色光标公关顾问有限公司	提供劳务	京东 618 手机数据发布活动服务、易车网“惠买车”上线活动、京东商城双十一促销等活动服务	协议定价	3,842,335.28	1,171,047.17	915,094.34
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	提供劳务	微软 2015 新春答谢会、蓝标集团 2014AD 大会、美赞臣 20 周年庆典等活动服务	协议定价	536,182.97	8,628,829.26	2,472,574.37
北京思恩客广告有限公司	活动物品销售	UP 手环订购活动等服务	协议定价		31,948.72	1,025.64
蓝色光标电子商务（上海）有限公司	提供劳务	碧水源净水器上市发布会服务、“一步之遥红包”设计服务	协议定价	754,716.98	103,773.58	
山南蓝色光标数字营销有限公司	提供劳务	英菲设计活动推广服务	协议定价	274,716.98	1,302,541.33	
上海蓝色光标公关顾问有限公司	提供劳务	上海蓝标年会活动服务	协议定价		165,217.26	
上海蓝色光标品牌顾问有限公司	提供劳务	联想日常传播活动营销服务、京东喜摇摇线下活动、蓝标 AD 大会会展服务	协议定价	6,770,220.38	879,239.44	1,089,561.43
上海蓝色光标数字文化传播有限公司	提供劳务	米其林成都发布会活动服务	协议定价	125,854.72	219,080.48	
深圳蓝色光标企业策划有限公司	提供劳务	中国银联客户路演活动服务	协议定价		311,418.12	
狮华投资顾问（上海）有限公司	提供劳务	当当网电商平台启动活动服务	协议定价		120,765.55	
北京畅益思科技发展有限公司	提供劳务	训练营活动服务	协议定价			6,641.51
北京蓝色印象品牌顾问有限公司	提供劳务	匹克 N1 水源发布会视频制作服务、斯柯达与大连理工大学签约活动服务	协议定价	50,000.00		66,176.42
广州蓝色光标市场顾问有限公司	提供劳务	广发银行挑战吉尼斯纪录活动服务、蓝标品牌训练营服务	协议定价	527,358.49		84,128.30
北京蓝色光标电子商务股份有限公司	提供劳务	西铁城展柜推展服务	协议定价	8,061,704.83		
北京捷报数据技术有限公司	提供劳务	MIA 产品宣传推广活动服务	协议定价	100,000.00		

北京智扬唯美科技咨询有限公司	提供劳务	尼采食品视频制作服务	协议定价	25,754.72		
蓝色光标(天津)市场营销有限公司	提供劳务	康师傅灌篮高手峰会活动服务	协议定价	2,003,372.64		
上海精准阳光文化传媒有限公司	提供劳务	三星电视硬件广告路演活动服务	协议定价	320,865.38		
北京蓝色光标娱乐传媒咨询有限公司	活动物品销售	活动物品销售服务	协议定价			124.79
合 计				23,393,083.37	12,933,860.91	4,635,326.80

(2) 关联采购

报告期内，公司关联采购的具体情况如下：

单位名称	关联交易内容	交易主要内容	定价原则	2015年1-6月	2014年度	2013年度
北京今久广告传播有限责任公司	接受劳务	泛海国际居住区特斯拉专享品鉴会等公关服务	协议定价		94,528.30	
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	接受劳务	京东金融股权众筹发布会、联想佳沃峰会等年度公关服务业务支持	协议定价	1,096,189.45	1,555,478.10	519,830.29
上海蓝色光标品牌顾问有限公司	接受劳务	克莱斯勒 JEE 酷跑等公关服务及 IT 等综合服务	协议定价	427,868.85	183,642.52	
上海励唐营销管理有限公司	接受劳务	旗帜乳品竣工投产仪式暨专家研讨会、京东上市等活动服务	协议定价	157,547.17	663,207.55	
北京蓝色光标公关顾问有限公司	接受劳务	京东金融股权众筹发布会活动服务	协议定价	587,018.87		
广州蓝色光标市场顾问有限公司	接受劳务	华谊兄弟 1942 开街仪式公关服务	协议定价	75,000.00		
合 计				2,343,624.34	2,496,856.47	519,830.29

(3) 经常性关联交易的必要性、公允性、持续性

从关联交易的内容角度来看，公司关联销售的主要内容是公司擅长的活动营销服务，如京东 618 手机数据发布活动、京东商城双十一促销及微软 2015 新春答谢会等活动营销服务；关联采购的内容主要是关联方擅长的公关等其他传播或营销服务，如泛海国际居住区特斯拉专享品鉴会、京东金融股权众筹发布会及联想佳沃峰会等活动涉及的公关服务。公司与报告期内发生交易的关联方同属于上市公司蓝色光标集团体系，集团及其下属单位按照自身擅长的业务领域，在主营业务上各有侧重，彼此间的交易也基于正当的商业理由和各自的业务优势进行双向选择。

从关联交易的目的角度来看，2013 年度、2014 年度，公司关联交易产生的主要目的是为了满足不同客户需求的多样性和提供更优质的整合营销服务。由于蓝色光标体系内的

客户定位较为高端，如联想、京东等大客户，一般都具有营销预算充足、传播需求多样等特点，此类客户委托的营销服务往往需要通过公关传播、广告传播、活动营销等多种形式进行，因此，关联方承接的业务中可能需要采用活动营销形式，公司承接的业务中，也可能需要采用公关等非活动形式的传播服务，从而产生关联交易，但公司与关联方根据自身侧重的专业和经验，互相给予特定服务的支持，有利于为客户提供更优质的整合营销服务；2015年以后，除为满足客户需求的多样性和提供更优质的整合营销服务目的外，关联销售金额和比重大幅增加是为了解决同业竞争问题。自2015年起，蓝色光标将境内集团体系中除房地产行业以外的活动营销人员均转移至公司，公司成为蓝色光标体系内唯一可在中国境内提供除房地产行业以外的活动营销服务公司，因而原先蓝色光标体系内其他公司承接的活动营销业务也需要全部委托给公司执行，从而导致2015年1-6月关联销售比重大幅上升。但随着公司逐步采用与客户直接签署活动营销服务协议，由关联方签署整体公关商务服务合同后再将活动营销服务部分转包公司的情况将逐渐减少，关联销售的比例将会逐步下降。

从关联交易的价格角度来看，公司关联销售与采购的定价原则为协议定价。集团内相关单位签订整体公关商务服务合同，其中涉及活动营销的业务委托公司执行，虽然公司这些交易通过关联方获得，但具体销售价格由公司与终端客户协商后确定，即与关联方给终端客户的报价一致，关联采购的价格也与集团相关单位给外部客户的报价一致，因此关联交易价格公允。在未来一段期间内，公司的关联销售仍可能持续发生，但随着公司对于原蓝色光标体系的客户逐步变更为直接签约服务的方式，关联方签署整体公关商务服务合同后再将活动营销服务部分转包公司的情况将逐渐减少。由于活动营销服务属于非标服务，其完整的价值链包括：①客户提出市场营销需求；②专业服务机构进行营销需求的细分拆解，如活动、广告、公关等手段；③活动营销类专业服务机构进行创意策划和全程执行管理；④第三方满足上述环节的所有采购需求。公司主要的业务价值处于上述价值链的第三个环节，并将其细化为“精彩的创意策划、严谨的过程管理和丰富的资源整合”三个相对非标准化的核心优势，因此公司的协议价格难以进行标准化的横向比较。在实际操作过程中，公司每个服务项目的内容各不相同，且创意元素在整个活动营销服务中的作用尤为重要；即如果整体方案的创意获得客户的认可，只要价格在可承受的范围内，客户对于价格不会过于敏感，因此基于各服务项目之间的差异性，市场同类业务间的价格不具有可比性。

综上，公司报告期内的关联交易具有必要性、公允性，在未来一定期间内，关联销售的情况将逐渐减少，关联采购仍将持续发生。

2、偶发性关联交易

报告期内公司无偶发性关联交易。

3、关联方往来款项余额

单位：元

项 目	2015年6月30日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	所占余额比例 (%)	金额	所占余额比例 (%)	金额	所占余额比例 (%)
应收账款						
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	375,553.00	0.68	6,453,185.00	18.81	2,505,715.40	13.07
北京思恩客广告有限公司	26,460.00	0.05	37,380.00	0.11		
蓝色光标电子商务(上海)有限公司	800,000.00	1.44	110,000.00	0.32		
山南蓝色光标数字营销有限公司	299,200.00	0.54	1,380,693.81	4.02		
上海蓝色光标数字文化传播有限公司			232,225.31	0.68		
狮华投资顾问(上海)有限公司			127,912.00	0.38		
上海蓝色光标品牌顾问有限公司	5,906,935.59	10.65			140,480.19	0.73
北京蓝色印象品牌顾问有限公司					60,000.00	0.31
北京蓝色光标公关顾问有限公司	3,131,155.38	5.65			965,000.00	5.04
北京蓝色光标电子商务股份有限公司	7,425,064.52	13.39				
北京捷报数据技术有限公司	106,000.00	0.19				
广州蓝色光标市场顾问有限公司	501,000.00	0.90				
蓝色光标(天津)市场营销有限公司	2,123,575.00	3.83				
上海精准阳光文化传媒有限公司	340,117.30	0.60				
合 计	21,035,060.79	37.92	8,341,396.12	24.32	3,671,195.59	19.15
应付账款						
北京今久广告传播有限责任公司			100,200.00	0.57		
合 计			100,200.00	0.57		

从报告期内的关联交易来看，2013年度、2014年度、2015年1-6月公司关联销售收入分别为463.53万元、1,293.39万元、2,339.31万元，占公司营业收入的比重分别为7.02%、12.74%、35.39%，逐年提高，特别是最近一期关联销售收入占比较大。2015年1-6月公司关联销售占比较大，主要是由于2015年初原蓝色光标体系内的活动团队整合并入公司，其相关活动营销业务也随之转至公司，使公司当期新增了北京蓝色光标电子商务股份有限公司、蓝色光标(天津)市场营销有限公司等关联客户，关联销售增

加约 1,007 万元所致。但随着公司逐步采用与客户直接签署活动营销服务协议,由关联方签署整体公关商务服务合同后再将活动营销服务部分转包公司的情况将逐渐减少。2013 年度、2014 年度、2015 年 1-6 月公司关联采购成本占公司营业成本的比重分别为 1.41%、4.05%、5.99%,整体占比较小,这些关联采购对公司的财务状况与经营成果的影响较小。因此,报告期内关联交易虽然对公司财务状况与经营成果有一定的影响,也表明公司对关联方存在一定的依赖,但未达到重大依赖程度。

从客户来源角度来看,公司在被蓝色光标并购前就具备独立的客户开拓和维护能力,报告期内公司自主接触新客户并成功签约和服务的成果显著。随着公司对于原蓝色光标体系的客户逐步变更为直接签约服务的方式,同时公司团队及业务正在不断整合,公司销售规模将不断扩大,关联销售规模将逐步减小。

从内部运营角度来看,公司已拥有独立而健全的业务部门、财务部门、行政人事部门,业务、机构、财务、人员、资产均独立于关联方。公司从成立到被蓝色光标并购至今,每年均有明确而独立的业绩增长目标且均能顺利完成,已经具备独立而稳定的自我运营管理和业务发展能力。上述能力的具备使得公司长期以来对于关联销售均采取了与服务非关联客户完全相同的运营管理方式。

从采购管理角度来看,公司针对活动营销业务和礼品采购业务分别建立健全了供应商管理体系,包括独立的供应商管理库和日常采购管理流程,并有专人负责监督日常的采购管理;同时每年度公司均进行供应商的考核、评估和动态更替,且及时根据活动及礼品业务特点不断调整完善采购流程。上述能力的具备也使得公司长期以来对于关联采购均采取了与非关联采购完全相同的采购管理方式。

综上所述,公司对关联方不存在重大依赖。随着公司作为蓝色光标体系活动营销业务板块的独立分拆并进入品牌独立发展阶段后,关联交易的影响将进一步减少,这些关联交易对公司业务完整性及持续经营能力的影响较小。

4、关联交易决策程序执行情况

报告期内,公司尚未建立关联交易管理制度,公司章程亦未对关联回避制度作出规定,因此,关联交易的发生一般由总经理审批,未履行董事会、股东大会的决策程序。针对报告期内的关联交易,2015 年 9 月 30 日,股份公司 2015 年第三次临时股东大会通过《关于确认报告期内关联交易的议案》,确认公司报告期内发生的关联交易为公司正常经营业务所需,属正当的商业行为,遵循市场化原则进行,公平合理,定价公允,不

存在利益输送等损害公司及非关联股东利益的情况,未来公司将严格贯彻规范关联交易的各项制度并严格遵照执行。

股份公司成立后,公司章程对关联交易的权限作了规定,并制定了《关联交易管理制度》,具体规定了关联交易的权限划分、审批程序等具体事项。公司建立了关联股东及关联董事回避表决制度(详见本说明书“第三节 公司治理”之“三、公司董事会对公司治理机制建设及运行情况的评估结果”),公司相关制度关于规范资金拆借等关联交易的具体规定如下:如果在实际执行中预计关联交易金额超过年度日常性关联交易安排的交易总金额在 200 万元以上的日常性关联交易,应由公司股东大会审议并披露。超过年度日常性关联交易安排的交易总金额不超过 200 万元的日常性关联交易,应由公司董事会审议并披露。

公司章程及《关联交易管理制度》对关联交易作了制度性规定之后,公司股东、董事、监事、高级管理人员遵守情况良好,截至本说明书签署日,尚未发生违规关联交易。公司管理层承诺今后将尽可能减少与公司之间的关联交易。对于无法避免的关联交易,公司将依照相关法律法规及内部控制制度,履行相应的决策程序,并签订相关协议,并按照《公司法》、《公司章程》、《关联交易管理制度》及其他相关法律法规的规定,履行相应的决策程序。

八、需提醒投资者关注财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项

1、有限公司整体变更为股份公司

2015 年 7 月 15 日,公司取得北京市工商行政管理局核发的(京)名称变核(内)字[2015]第 0027749 号《企业名称变更核准通知书》,核准股份公司名称为“北京蓝色方略整合营销顾问股份有限公司”。

2015 年 8 月 9 日,天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)对方略有限截至 2015 年 6 月 30 日的净资产进行审计并出具了编号为天职业字[2015]12482 号的《审计报告》,根据该审计报告,截至 2015 年 6 月 30 日,方略有限净资产为 16,042,987.68 元。

2015 年 8 月 10 日,沃克森(北京)国际资产评估有限公司出具编号为沃克森评报字[2015]第 0541 号的《评估报告》,认定截至评估基准日 2015 年 6 月 30 日,方略有限净资产的评估价值为 2,078.37 万元。

2015 年 8 月 10 日,方略有限召开临时股东会,全体股东一致同意作为发起人,以

2015年6月30日为改制基准日,以经审计的账面净资产值16,042,987.68元按1:0.6233的比例折为股本1000万股,每股面值1元(注册资本为1,000万元),剩余6,042,987.68元计入公司资本公积。

2015年8月25日,股份公司全体发起人依法召开了股份公司创立大会暨2015年第一次临时股东大会,通过了公司章程,选举了第一届董事会成员及第一届监事会非职工代表监事成员,并审核了公司筹办情况工作报告。

2015年8月25日,天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)出具编号为天职业字[2015]11579号的《验资报告》,验证截至2015年6月30日,股份公司(筹)已收到全体股东以其拥有的方略有限的净资产折合的实收资本1,000万元整。

2015年9月6日,北京市工商行政管理局朝阳分局对股份公司核发了《企业法人营业执照》,注册号为110105013227812。

2、股份公司定向发行股票

2015年9月10日、2015年9月30日,方略股份分别召开董事会、股东会,通过《关于对霍尔果斯方略股权投资管理合伙企业(有限合伙)、霍尔果斯蓝标网众股权投资管理合伙企业(有限合伙)定向发行股票的议案》,同意对方略投资、蓝标投资定向发行股票4,285,000股,其中方略投资以货币25,424,336.30元认缴2,856,667股,蓝标投资以货币12,712,163.70元认缴1,428,333股。

2015年10月29日,天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)出具编号为天职业字[2015]11579号的《验资报告》,验证截至2015年10月28日,股份公司已收到方略投资、蓝标投资缴纳的注册资本4,285,000元,其余33,851,500元计入资本公积。

2015年10月26日,北京市工商行政管理局朝阳分局对上述股权转让事项准予变更登记。

九、报告期内公司资产评估情况

2015年8月10日,沃克森(北京)国际资产评估有限公司对方略有限整体变更为股份公司所涉及的净资产进行了评估,评估基准日为2015年6月30日,并出具了《资产评估报告》(沃克森评报字【2015】第0541号)。

在资产评估过程中,沃克森(北京)国际资产评估有限公司采用资产基础法进行各单项资产评估,加总得出总资产评估值,减去相关负债的评估值,从而得出净资产的评估值。公司经评估的总资产为6,876.43万元,负债为4,798.06万元,净资产为2,078.37

万元。而净资产的账面价值为 1,604.30 万元,评估增值 474.07 万元,增值率为 29.55%,主要是由于公司长期股权投资增值所致。

十、股利分配政策、最近两年及一期实际股利分配情况及公开转让后的股利分配政策

(一) 股利分配的一般政策

公司缴纳所得税后的利润,按下列顺序分配:

- 1、弥补以前年度亏损;
- 2、提取法定盈余公积金。法定盈余公积金按税后利润的 10%提取,盈余公积金达到注册资本 50%时不再提取;
- 3、提取任意盈余公积金;
- 4、分配股利。公司董事会提出预案,提交股东大会审议通过后实施。

(二) 最近两年及一期分配情况

公司最近两年及一期除提取法定公积金外,股利分配情况具体如下:

- 1、2014 年 4 月,公司经股东会决议,对 2013 年度未分配利润按股东持股比例进行分配,金额为 800 万元,公司于同月支付该款项。
- 2、2015 年 6 月,公司经股东会决议,对 2014 年度未分配利润按股东持股比例进行分配,金额为 1,600 万元,该款项尚未支付。

(三) 公开转让后的股利分配政策

公司依据以后年度盈利与现金流具体状况,由董事会提出预案,提交股东大会审议通过后实施。

十一、控股子公司或纳入合并财务报表的其他企业的基本情况

(一) 盛世鸿天

最近两年及一期主要财务数据:

单位:元

财务数据	2015 年 6 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
资产总额	5,147,218.79	2,791,768.35	2,056,321.28
负债总额	3,224,121.17	847,776.96	238,750.41
股东权益	1,923,097.62	1,943,991.39	1,817,570.87
财务数据	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度
营业收入	3,201,459.05	18,249,670.67	15,193,717.53
利润总额	-20,893.77	176,190.24	125,387.24

净利润	-20,893.77	126,420.52	34,817.08
-----	------------	------------	-----------

盛世鸿天主要面向部分历史遗留客户，这些客户已不再是公司重点服务的对象，营销活动的需求也相对有限，因此报告期内盛世鸿天的盈利表现一般。

（二）湃杰广告

最近两年及一期主要财务数据：

单位：元

财务数据	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产总额	8,464,575.21	9,792,661.50	6,680,497.46
负债总额	7,018,599.66	8,174,591.63	5,117,376.18
股东权益	1,445,975.55	1,618,069.87	1,563,121.28
财务数据	2015年1-6月	2014年度	2013年度
营业收入	4,593,645.91	19,076,067.29	12,666,918.12
利润总额	-17,385.65	118,379.92	201,913.14
净利润	-172,094.32	54,948.59	44,253.97

湃杰广告的活动营销服务主要面向品牌类和高端时尚类细分客户，该类客户为公司新开拓的市场，公司报价相对较低，因此报告期内湃杰广告的盈利表现一般。但品牌类和高端时尚类的客户有助于公司未来的业务发展，因此，开拓该业务依然有其必要性。

（三）芒果树园

最近两年及一期主要财务数据：

单位：元

财务数据	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产总额	7,245,579.29	7,780,059.95	6,612,729.69
负债总额	6,649,218.90	7,171,519.96	6,044,997.68
股东权益	596,360.39	608,539.99	567,732.01
财务数据	2015年1-6月	2014年度	2013年度
营业收入	2,325,430.27	14,112,357.48	8,699,492.87
利润总额	-946.34	51,178.40	91,694.97
净利润	-12,179.60	40,807.98	67,732.01

芒果树园主营活动礼品采购和销售，公司设立芒果树园的目的仅在于为主要的营销活动服务提供配套礼品，而非主要盈利点，但由于此类业务并不是每项活动均涉及，因此，芒果树园的业务量和利润空间有限，报告期内的盈利表现一般。

（四）拉萨方略

最近两年及一期主要财务数据：

单位：元

财务数据	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产总额	20,449,895.03	11,310,199.77	7,869,316.63
负债总额	17,465,236.60	2,863,288.81	2,175,114.58
股东权益	2,984,658.43	8,446,910.96	5,694,202.05
财务数据	2015年1-6月	2014年度	2013年度
营业收入	13,616,679.86	20,147,452.95	13,959,433.97
利润总额	7,183,645.57	20,298,221.97	13,758,096.53
净利润	6,537,747.47	17,252,708.91	11,694,202.05

拉萨方略盈利能力较好，主要是由于其注册于西藏，享受企业所得税优惠，报告期内，母公司蓝色方略将部分盈利稳定的业务交由拉萨方略执行，因此其盈利表现较好。

（五）蓝海旅行

最近两年及一期主要财务数据：

单位：元

财务数据	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产总额	427,244.66	663,209.24	1,064,104.35
负债总额	74,078.75	82,307.87	489,642.80
股东权益	353,165.91	580,901.37	574,461.55
财务数据	2015年1-6月	2014年度	2013年度
营业收入	81,707.19	1,808,459.01	3,219,174.66
利润总额	-227,735.46	10,625.15	99,282.07
净利润	-227,735.46	6,439.82	74,461.55

蓝海旅行主营活动相关的商旅服务，公司设立蓝海旅行的目的仅在于为主要的活动营销服务提供配套商旅服务，而非主要盈利点，但由于此类业务并不是每项活动均涉及，因此，蓝海旅行的业务量和利润空间有限，报告期内的盈利表现一般。

十二、管理层对公司风险因素自我评估

（一）高端人才流失的风险

活动营销服务业务属于智力密集型业务类型，依靠专业人员为客户提供活动创意策划、活动管理和执行、资源的有效和高效整合等专业服务，各环节均需要大量高素质和经验丰富型的人才。目前国内活动营销专业人才短缺、流动率较高等人力资源问题是影响行业和公司发展的主要问题。经过多年的发展，公司逐渐形成了一支集合创意策略、文案编辑、平面设计、3D设计、视频多媒体、美术制作等专业人才的创意团队和一支熟悉统筹规划、团队管理、沟通协调、应急管理、商务谈判、预算管理工作和深入了解各行业特点的项目执行团队。当上述高端人才发生较大规模的流失情况时，将可能导致公司服务水准的波动。

管理措施：公司已建立了具有竞争力的薪酬制度，并提供良好的职工福利和工作环境，并对关键管理人员进行了间接持股安排；公司进入资本市场后，将进一步增强对高端人才的吸引力。

（二）行业受宏观经济波动影响的风险

作为现代服务业，活动营销服务业的下游客户涉及 TMT、汽车、文化传媒、快消等多个行业，活动营销服务与客户行业的市场营销需求密切相关。客户所处行业的发展状况直接影响其营销预算，从而间接影响活动营销服务业的发展和公司的经营状况。如果未来国际国内宏观经济运行出现较大幅度的波动，会对公司下游行业的景气程度和生产经营状况产生影响，从而间接影响公司经营业绩。

管理措施：公司将积极维护现有并开拓优质客户，努力提升自身服务质量，并借助集团联动协同优势，最大限度的减缓经济波动的影响。

（三）国内企业对活动营销的认知程度较低的风险

国内活动市场的容量虽然巨大，但专业化的活动营销尚处于初级阶段，大多数企业对活动营销的认识仍旧处于朦胧的感性认知状态，认知程度较低。这导致了目前大多数企业在品牌和产品推广方面，仍倾向于采用效用立竿见影的广告，而活动营销服务由于营销效果无法短期量化，同时其沟通的单人成本较公关、广告等手段都偏高而被慎用，从而影响活动营销行业在国内市场的推广和发展。即使在对活动营销有所认知并愿意采用活动营销模式的情况下，国内企业也往往限于成本控制等各种因素，自行临时抽调人员进行活动组织和管理，而不愿聘请专业活动营销机构进行全程策划与执行，这直接导致了活动营销效果的弱化甚至导致反效果，最终也不利于活动营销行业在国内市场的推广和发展。

管理措施：随着互联网的普及，传统广告、媒体等营销手段的信息不对称、虚假信息泛滥等弊端逐渐暴露，活动营销方式正逐步被全球企业所接纳。公司将利用自身在行业内的地位，利用各类资源，以专业、效率的姿态积极推动活动营销服务行业在国内的发展，使更多国内企业可以接纳活动营销方式。

（四）关联交易较为频繁且金额较大

报告期内公司向关联方提供劳务并销售活动物品，同时接受关联方的劳务服务，这些关联交易系蓝色光标集团体系内的业务划分所致，公司关联交易较为频繁；同时 2013 年、2014 年、2015 年 1-6 月，公司关联销售收入占公司营业收入的比重分别为 7.02%、12.74%、35.39%，逐年提高，特别是最近一期关联销售收入占比较大，主要是由于 2015

年起公司对蓝色光标体系内的活动团队和业务进行了整合，相关活动营销业务也随之转至公司，使得当期关联销售收入大幅增加。这些关联销售对公司财务状况与经营成果有一定的影响，**公司对关联方存在一定的依赖。**

管理措施：公司将加强对业务的推广，拓展体系外的销售渠道，同时蓝色光标体系内独立的活动营销业务也逐步将由公司直接签署合同，从而提高外部销售的收入金额，降低关联交易的比重；公司将严格执行《关联交易管理制度》，规范相关的关联交易；此外，实际控制人控制的其他企业出具《避免同业竞争及规范关联交易承诺函》，承诺不再直接从事或参与与公司存在同业竞争的线下活动营销服务，亦不以任何形式取得任何在商业上对公司构成直接竞争的经济实体、机构、经济组织的控制权，在同等条件下，优先将该线下活动营销服务委托给公司，并按市场情况公允定价。

（五）应收账款金额较大的风险

2013年末、2014年末与2015年6月末公司应收账款净额分别为1,910.08万元、3,413.85万元与5,452.65万元，占总资产的比例分别为57.67%、63.34%与72.30%，比例较高，应收账款金额较大。若客户的经营情况、资信状况发生重大变化，可能导致公司应收账款出现无法回收的风险。

管理措施：为进一步降低应收账款回收的风险，公司将加强对客户的信用管理，提高公司应收账款的质量和回款速度；对于周期较长或金额较大的款项，公司将不定期与客户对账，加大款项的追讨力度，增强公司的回款能力；同时公司对相关职责人员的权限进行了规范，从制度上加强了应收账款的回款管理。

（六）偿债能力的风险

2013年末、2014年末、2015年6月末公司资产负债率分别为28.28%、55.04%、74.94%（母公司数），该比率逐年提高，特别是2015年6月末公司的资产负债率已处于较高水平；2013年末、2014年末、2015年6月末公司流动比率分别为2.61、2.23、1.37，速动比率分别为2.61、2.23、1.37，两项指标逐年下降，特别是2015年6月末公司的流动比率已低于一般认为的安全比率，公司存在一定的偿债能力风险。

管理措施：公司将加强对应收账款的管理，不定期与客户对账，加大款项的追讨力度，增强公司的回款能力；公司将进一步扩展自身的销售业务，以提高公司的销售额，偿还公司部分银行借款，从而缓解公司的偿债压力。公司将积极拓展自身的融资渠道，保证公司现金流的稳定；此外随着业务量和经营规模的不断扩大，公司将适时调整经营策略、风险管理策略和现金管理策略，保证公司稳健、持续地发展。

（七）潜在同业竞争的风险

公司隶属于上市公司蓝色光标集团体系，实际控制人控制的企业众多，且部分企业经营范围与公司有所重合，虽然公司已接收蓝色光标集团体系内的活动部员工及活动营销业务，且蓝色光标已从上市公司董事会决议层面明确将集团体系内除房地产行业以外的活动营销业务划归为公司独家经营，实际控制人及其控制的其他企业也均出具了关于避免与公司同业竞争的承诺，但仍不能完全避免上述公司违反承诺开展除房地产行业以外的活动营销业务的可能性。

管理措施：公司通过多年的发展，已在活动营销服务领域积累了较多的客户、供应商等资源，今后将通过各种渠道直接或间接了解实际控制人控制的其他企业是否在境内开展了除房地产行业以外的活动营销业务，一旦发现此类情况，将依据其出具的书面承诺，自行或委托律师发出函告，要求其停止开展活动营销业务，若已经对公司造成损失的，公司将按照实际情况要求索赔。

（八）所得税优惠政策变动的风险

根据《西藏自治区人民政府关于印发西藏自治区企业所得税政策实施办法的通知（藏政发[2014]51号文件）》的规定，公司全资子公司拉萨蓝色方略信息咨询有限公司执行企业所得税15%的税率，自2015年1月1日起至2017年12月31日止暂免地方分享部分后，实际缴纳比率为9%。若国家调整该税收优惠政策，导致拉萨蓝色方略信息咨询有限公司的企业所得税税率提高。无法获得企业所得税税收优惠将给公司的税负、盈利带来一定程度影响。

管理措施：公司将充分利用目前的税收优惠政策，不断加快自身的发展速度，扩大收入规模，同时努力降低生产经营的成本和费用，增强盈利能力。

（九）净资产收益率下降的风险

2013年度、2014年度、2015年1-6月公司净资产收益率分别为97.64%、72.81%与20.38%，扣除非经常性损益后的净资产收益率分别为97.54%、66.40%与19.69%；报告期内公司净资产收益率逐年下降，存在一定的风险。

管理措施：公司将加强对业务的推广，拓展自身的销售渠道，从而提高公司的销售额，增强公司的盈利能力；同时，公司也将加强公司成本费用的控制，优化公司内部流程制度，以提高公司整体的效率。

（十）公司治理的风险

股份公司成立后，公司建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的公

公司治理结构，制定了较为完备的《公司章程》、“三会”议事规则、《关联交易管理制度》等规章制度，明确了“三会”的职责划分。但股份公司成立时间较短，特别是公司股票在全国中小企业股份转让系统公开转让后，将对公司治理提出了更高的要求，而公司管理层对相关制度的完全理解和全面执行将有个过程。因此，短期内公司治理仍存在不规范的风险。

管理措施：公司管理层将加强学习，严格遵守各项规章制度，严格按照“三会”议事规则、《关联交易管理制度》、《对外投资融资管理制度》、《对外担保管理制度》治理公司，使公司朝着更加规范化的方向发展。

第五节 有关声明

挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员的声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺公开转让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。

1、北京蓝色方略整合营销顾问股份有限公司（盖章）



2、全体董事签字

罗坚：罗坚 毛宇辉：毛宇辉 夏志卫：夏志卫

张东：张东 王 伟：王伟

3、全体监事签字

李莉：李莉 聂 娜：聂娜 王诗文：王诗文

4、全体高级管理人员签字

罗坚：罗坚 杨 季：杨季 张力珍：张力珍

5、签署日期

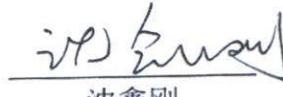
2015年12月1日

主办券商声明

本公司已对公开转让说明书进行了核查，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。

项目小组成员：（签字）


胡晓明


沈鑫刚


施妍

项目负责人：（签字）


胡晓明



法定代表人或授权代表（签字）：_____

2015年 12月 1日

申万宏源证券有限公司

法定代表人授权委托书

兹授权 赵玉华（职务：申万宏源证券有限公司副总经理）代表本人（申万宏源证券有限公司总经理、法定代表人）对所分管部门已依照公司规定履行完审批决策流程的事项，对外签署下列法律文件：

一、新三板推荐挂牌项目文件

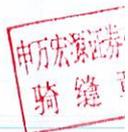
- 1、公开转让说明书中的主办券商声明；
- 2、主办券商关于 XX 股份有限公司股权形成过程（历史沿革）的专项核查报告；
- 3、主办券商对申请文件真实性、准确性和完整性的承诺书；
- 4、主办券商对电子文件与书面文件保持一致的声明；
- 5、主办券商关于推荐 XX 股份有限公司股票进入全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让的推荐报告。

二、挂牌公司股票发行与重大资产重组项目文件

- 1、重大资产重组报告书、重大资产重组独立财务顾问相关报告及核查意见；
- 2、定向发行说明书（股东人数超过 200 人）；
- 3、股票发行情况报告书，主办券商关于股票发行合法合规意见；
- 4、优先股发行相关报告及核查意见。

三、新三板项目相关协议

- 1、推荐挂牌并持续督导相关协议及其补充协议；
- 2、新三板项目相关的保密协议；
- 3、财务顾问类相关协议：包括企业改制、挂牌公司股票发行、申请挂牌同时股票发行及与收购、重大资产重组、优先股相关的财务顾问协议；
- 4、为新三板挂牌公司发行公司债、私募债、可转债等产品提供



服务，所需签署的相关协议；

5、原申银万国证券股份有限公司及原宏源证券股份有限公司所开展项目，由新公司承继权利义务时，需签署的补充协议等。

本授权委托书自授权人与被授权人签字之日起生效，原则上有效期为一年。有效期截止后未及时签署新的授权委托书，则本授权委托书自动延续。

如发生授权人或被授权人在公司不再担任相关职务的，则本授权委托书自动失效。

本授权事项不得转授权。

(以下无正文)

授权人：李梅

被授权人：张



宏源
(1)

律师事务所声明

本所及经办律师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认公开转让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。

1、律师事务所（盖章）



2、律师事务所负责人签字

A handwritten signature in black ink, appearing to be '郭嘉杰'.

3、经办律师签字

Two handwritten signatures in black ink. The first is '郭嘉杰' and the second is '李永旭'.

4、签署日期

2015年12月1日

会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的审计报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的审计报告的内容无异议，确认公开转让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。

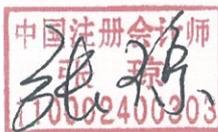
- 1、天职国际会计师事务所(特殊普通合伙) (盖章)



- 2、会计师事务所负责人签字

王 翔

- 3、经办注册会计师签字



- 4、签署日期

2015年12月1日

资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所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申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认公开转让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。

1、沃克森（北京）国际资产评估有限公司（盖章）



2、资产评估机构负责人签字



3、经办注册资产评估师签字



4、签署日期

2015年12月1日

第六节 附件

一、主办券商推荐报告

二、财务报表及审计报告

三、法律意见书

四、公司章程

五、全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见

六、其他与公开转让有关的重要文件