

华泰联合证券有限责任公司

关于

北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市

证券发行保荐书

保荐人（主承销商）



（深圳市罗湖区深南东路 5047 号发展银行大厦）

华泰联合证券有限责任公司关于 北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市证券发行保荐书

中国证券监督管理委员会：

依据《公司法》、《证券法》、《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》等相关的法律、法规，北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司（以下简称“蓝色光标”、“公司”或“发行人”）申请在境内首次公开发行股票并在创业板上市。华泰联合证券有限责任公司（以下简称“华泰联合证券”或“保荐人”）作为蓝色光标本次申请首次公开发行股票并上市的保荐人，武健和龚文荣作为具体负责推荐的保荐代表人，特为其向贵会出具本发行保荐书。

保荐人华泰联合证券、保荐代表人武健和龚文荣承诺：本保荐人和保荐代表人根据《公司法》、《证券法》等有关法律法规和贵会的有关规定，诚实守信、勤勉尽责，并严格按照依法制定的业务规则、行业执业规范和道德准则出具本发行保荐书，并保证所出具文件的真实性、准确性和完整性。

第一节 本次证券发行基本情况

一、保荐人工作人员简介

（一）保荐代表人

本次蓝色光标首次公开发行股票并在创业板上市项目具体负责推荐的保荐代表人为武健和龚文荣。其保荐业务执业情况如下：

武健曾担任天通股份（600330）2005年公开增发股份项目主办人，华泰联合化工（002217）2008年首次公开发行股份保荐代表人；

龚文荣曾担任科达股份（600986）2004年首次公开发行股份保荐代表人，江苏国泰（002091）2006年首次公开发行股份保荐代表人，澄星股份（600078）2007年可转换债券保荐代表人，鲁阳股份（002088）2009年公开增发股份保荐代表人。

（二）项目协办人

本次蓝色光标首次公开发行股票并在创业板上市项目的项目协办人为杨淑敏。

（三）其他项目组成员

本次蓝色光标首次公开发行股票并在创业板上市项目的其他项目组成员还包括：翟峰、姜虹、郑思明、史佳琳。

二、发行人基本情况简介

中文名称：北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司

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

注册资本：人民币 6,000 万元

法定代表人：赵文权

成立日期：2002 年 11 月 4 日

整体变更日期：2008 年 1 月 17 日

住 所：北京市朝阳区酒仙桥路甲 10 号 3 号楼 20 层 20A

邮政编码：100016

电话号码：010—84575500

传真号码：010—84575606

互联网网址：www.bluefocusgroup.com

电子信箱：BFG@bluefocus.com

证券部负责人：田文凯

证券部电话号码：010-84575596

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

三、本次保荐发行人证券发行上市的类型

股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市。

四、发行人与保荐人之间是否存在关联关系的情况说明

华泰联合证券经自查后确认，发行人与保荐人之间不存在下列情形：

(一) 保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况；

(二) 发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况；

(三) 保荐人的保荐代表人及其配偶，董事、监事、高级管理人员拥有发行人权益、在发行人任职等情况；

(四) 保荐人的控股股东、实际控制人、重要关联方与发行人控股股东、实际控制人、重要关联方相互提供担保或者融资等情况；

(五) 保荐人与发行人之间的其他关联关系。

五、内核情况简述

(一) 内部审核程序说明

1、相关制度和组织机构

华泰联合证券已经建立健全了向贵会推荐证券发行前的内部审核制度，包括《证券发行内核预审办法》和《证券发行内核工作规则》两个具体规则，并建立了内部审核常设机构——投行业务支持总部审核部，负责内核的预审，以及会议组织、表决结果统计、审核意见汇总，审核意见具体落实情况的核查等；建立了内部审核非常设机构——内核小组，以召开内核小组会议的形式对保荐的证券发行项目进行正式上报前的内部核查，对项目质量及是否符合发行条件作出判断（内核小组意见为最终决策）。

2、内核程序适用范围

申请首次公开发行股票的项目、上市公司公开增发发行股票、配股、可转换公司债券、以及非公开发行股票的项目，在为其出具推荐文件之前，华泰联合证券均需履行内核核查程序。内核通过后，华泰联合证券正式向贵会推荐其发行证券的申请；内核小组决定暂缓表决的，项目组需就涉及的问题做进一步核查，核查完毕后重新提交内核小组审议；被内核小组否决的项目，华泰联合证券将拒绝推荐其证券发行申请。

3、内核具体流程

(1) 项目组提出内核申请

在证券发行申请文件基本齐备后，项目组向审核部提出内核申请，提交内核申请报

告及全套证券发行申请文件。

(2) 审核部内核预审

审核部收到内核申请后，派员到项目现场进行现场内核预审。现场内核预审工作结束后，内核预审人员将出具书面内核预审意见。

项目组依据内核预审人员的书面意见，对相关问题进行核查，对申请文件进行修改、补充、完善，并在核查和修改工作完成后，将对内核预审意见的专项回复说明报送审核部。

审核部收到对预审意见回复说明后，对于是否符合提交公司内核小组会议评审条件进行判断，符合评审条件的，安排召开公司内核工作小组会议进行评审；如发现申报材料与有关法律法规及贵会要求严重不符，或存在隐瞒或重大遗漏的，将退回项目组，待完善材料后，重新提出内核申请。

内核小组组长确定内核会召开的具体时间后，审核部提前 5 日将会议通知、内核申请文件，预审意见的回复等以电子文档的形式发给内核小组成员。

(3) 内核小组会议审核

华泰联合证券通常在北京、上海、深圳三地的投资银行各部门办公所在地会议室以电视电话会议的形式召开内核小组会议。公司内部相关行业的研究员到会对行业情况进行说明，并可行使投票表决权。内核小组会议须有 5 名以上（含 5 名）内核小组成员参加，评审结果方为有效。

参会的内核小组成员均于会前审阅过项目组提交的内核申请报告、主要的证券发行申请文件，以及对内核预审意见的专项回复。会议期间，各内核小组成员逐一发言，说明其认为可能构成发行上市障碍的问题。对于申请文件中未明确说明的内容，要求项目组做进一步说明。在与项目组充分交流后，提出应采取的进一步解决措施。

会后，各参会的内核小组成员填写审核意见表，将其是否同意向贵会推荐该项目公开发行业证券，及对相关问题应采取的解决措施的建议，以及进一步核查、或进一步信息披露的要求等内容以审核意见表的形式进行说明。如申请文件重要资料缺失或有重大存在不确定性的问题，内核小组组长可提议暂缓表决。

内核小组会议实行一人一票制（包括到会的相关行业研究员），内核小组会议的任何决议均应由出席内核会议的三分之二以上成员同意方可通过；未获有表决权票数 2/3 以上（含 2/3）同意者，视为未通过内部核查。

(4) 内核小组意见的落实

内核小组会议结束后，审核部将审核意见表的内容进行汇总，形成最终的内核小组意见，并以内核结果通知的形式送达项目组。内核结果通知中，对该证券发行申请是否通过了内部审核程序进行明确说明，并列明尚需进一步核查的问题、对申请文件进行修订的要求等。项目组依据内核小组意见采取解决措施，进行补充核查或信息披露。审核部在确认内核小组意见提及的内容已落实后，正式同意为发行人出具正式推荐文件，向贵会推荐其首次公开发行股票并上市。

(二) 内核意见说明

2009年7月22日，华泰联合证券召开2009年第四次投资银行业务内核会议审核通过了蓝色光标首次公开发行股票项目的内核申请。内核小组成员的审核意见为：

请项目组核查发行保荐书中决策程序是否符合现行法规要求；

请项目组根据企业情况对风险因素进行重新排序；

请加强对公司核心竞争力的分析与描述，在“业务与技术”一节中结合公司的客户、合同模式、经营模式等说明收入稳定增长的依据，以及盈利能力的可持续性；

请完善发行人成长性专项报告内容；

关注期末应收款余额，收入确认会计政策是权责发生制，实际执行是收付实现制(服务业通常做法)；

关注非经常性损益，是否遵循会计部1号执行准则，以及2006年与2007年以后的差异原因；

请关注预审意见中管理层稳定性、股权转让等问题。

第二节 保荐人承诺

华泰联合证券承诺，已按照法律、行政法规和贵会的规定，对发行人及其控股股东、实际控制人进行了尽职调查、审慎核查，同意推荐发行人证券发行上市，并据此出具本发行保荐书。并依据《证券发行上市保荐业务管理办法》第 33 条的规定，遵循行业公认的勤勉尽责精神和业务标准，履行了充分的尽职调查程序，并对申请文件进行审慎核查后，作出如下承诺：

（一）有充分理由确信发行人符合法律法规及贵会有关证券发行上市的相关规定；

（二）有充分理由确信发行人申请文件和信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

（三）有充分理由确信发行人及其董事在申请文件和信息披露资料中表达意见的依据充分合理；

（四）有充分理由确信申请文件和信息披露资料与证券服务机构发表的意见不存在实质性差异；

（五）保证所指定的保荐代表人及本保荐人的相关人员已勤勉尽责，对发行人申请文件和信息披露资料进行了尽职调查、审慎核查；

（六）保证保荐书、与履行保荐职责有关的其他文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

（七）保证对发行人提供的专业服务和出具的专业意见符合法律、行政法规、贵会的规定和行业规范；

（八）自愿接受贵会依照本办法采取的监管措施。

第三节 对本次证券发行的推荐意见

一、推荐结论

华泰联合证券遵循诚实守信、勤勉尽责的原则，按照《尽职调查工作准则》等贵会对保荐人尽职调查工作的要求，对发行人进行了全面调查，充分了解发行人的经营状况及其面临的风险和问题后，有充分理由确信发行人符合《公司法》、《证券法》、《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》等法律法规及贵会规定的发行条件，并确信发行人的申请文件真实、准确、完整，同意作为保荐人推荐其在境内首次公开发行股票并上市。

二、本次证券发行履行相关决策程序的说明

发行人就本次证券发行履行的内部决策程序如下：

1、2009年3月14日，发行人召开了第一届董事会第十次会议，该次会议应到董事9名，实际出席本次会议9名，审议通过了“关于北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司发行A股并上市的议案”、“关于北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司发行A股募集资金使用及投向计划的议案”、“关于制订北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司A股章程（草案）的议案”等议案。

2、2009年3月30日，发行人召开了2008年度股东大会，出席会议股东代表持股总数57,683,058股，占发行人股本总额的96.14%，审议通过了“关于北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司发行A股并上市的议案”、“关于北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司发行A股募集资金使用及投向计划的议案”、“关于制订北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司A股章程（草案）的议案”等议案，并授权董事会全权负责办理关于本次申请社会公众股（A股）发行及上市的有关事宜。

3、2009年7月22日，发行人召开了第一届董事会第十二次会议，该次会议应到董事9名，实际出席本次会议9名，审议通过了“关于北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司首次公开发行A股并在创业板上市的议案”。

依据《公司法》、《证券法》及《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》等法律法规及发行人《公司章程》的规定，发行人申请在境内首次公开发行股票并在创业板上市已履行了完备的内部决策程序。

三、本次证券发行符合《证券法》规定的发行条件的说明

华泰联合证券依据《证券法》第十三条关于申请发行新股的条件，对发行人的情况进行逐项核查，并确认：

- （一）发行人具备健全且运行良好的组织机构；
- （二）发行人具有持续盈利能力，财务状况良好；
- （三）发行人最近三年财务会计文件无虚假记载，无其他重大违法行为；
- （四）符合经国务院批准的国务院证券监督管理机构规定的其他条件。

四、本次证券发行符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》规定的发行条件的说明

（一）发行人是依法设立且合法存续的股份有限公司，符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第十条之规定。

查证过程及事实依据如下：

1、股份公司系在原北京蓝色光标数码科技有限公司整体变更的基础上发起设立的。2008年1月14日有限公司第五届第一次股东会决议通过，以原公司整体变更设立股份有限公司，有限公司各股东签订《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司之发起人协议》，以有限公司截至2007年11月30日的净资产66,955,518.07元出资，按1:0.7467644比例折为股份5,000万股，注册资本为5000万元，整体变更为股份有限公司。

2、天职国际会计师事务所有限公司于2007年12月31日出具了审计报告（天职京审字[2007]第1402号）、2008年1月15日出具了验资报告（天职京验资[2008]第9号）、沃克森（北京）国际资产评估有限公司于2008年1月14日出具了资产评估报告（沃克林评报字[2008]第0007号）。

3、公司于2008年1月17日取得北京市工商行政管理局颁发的注册号为110108004952150的《企业法人营业执照》，公司名称变更为“北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司”，注册资本为人民币5,000万元，法定代表人为赵文权。

本项目组通过核查发行人在北京市工商行政管理局备案的企业变更（改制）登记（备案）申请书、工商局核发的名称变更通知、注册号为110108004952150并有北京市工商行政管理局加盖年检戳记的《企业法人营业执照》（副本）以及发行人提供的说明，确

认发行人不存在根据法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定需要终止的情形。

(二) 发行人系由有限责任公司按原账面净资产折股整体变更为股份有限公司的, 持续经营时间从有限责任公司成立之日起计算在 3 年以上, 符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第十条之规定。

查证过程及事实依据如下:

1、北京蓝色光标数码科技有限公司系股份公司前身, 2002 年 11 月 4 日设立, 注册资本为人民币 10 万元, 住所为北京市海淀区中关村南大街 5 号理工科技大厦 16 层, 取得了注册号为 1101082495215 的企业法人营业执照。

2、北京天平会计师事务所有限责任公司于 2002 年 10 月 29 日出具了天平验资[2002] 第 2202 号验资报告对其注册资本予以验证。

本项目组通过核查发行人注册号为 1101082495215 并有北京市工商行政管理局加盖年检戳记的《企业法人营业执照》(副本) 以及发行人提供的说明, 确认发行人自有限公司合法设立起持续经营时间已超三年。

(三) 根据天职国际会计师事务所有限公司出具的天职京审字[2009] 第 1942 号《审计报告》表明, 发行人符合下列条件, 满足《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第十条之规定。

查证过程及事实依据如下:

1、最近两年连续盈利, 最近两年净利润累计不少于 1,000 万元, 且持续增长, 净利润以扣除非经常性损益前后孰低者为计算依据。

发行人 2007 年度、2008 年度分别实现净利润 4,137.31 万元、4,098.21 万元(以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据), 二年均为正数且累计为 8,235.52 万元, 超过人民币 1,000 万元。

2、最近一年盈利且净利润不少于 500 万元, 最近一年营业收入不少于 5,000 元, 最近两年营业收入增长率均不低于 30%。净利润以扣除非经常性损益前后孰低者为计算依据。

发行人 2008 年净利润为 4,098.21 万元(以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据), 超过 500 万元; 2008 年营业收入为 32,730.40 万元, 超过 5,000 万元; 最近两年营业收入增长率分别为 51.07%、62.85%, 均高于 30%。

3、最近一期末净资产不少于 2,000 万元，且不存在未弥补亏损。

发行人 2009 年 6 月 30 日净资产为 18,653.57 万元，超过 2,000 万元，截至 2009 年 6 月 30 日，发行人不存在未弥补亏损。

4、发行后股本总额不少于 3,000 万股。

发行人本次发行前的股本总额为 6,000 万股，发行完成后股本总额为 8,000 万股，符合发行后股本总额不少于 3,000 万的规定。

（四）发行人的注册资本已足额缴纳，发起人或股东用作出资的资产的财产权转移手续已办理完毕，发行人的主要资产不存在重大权属纠纷，符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第十一条之规定。

查证过程及事实依据如下：

1、北京蓝色光标数码科技有限公司系股份公司前身，2002 年 11 月 4 日设立，注册资本为人民币 10 万元，企业法人营业执照注册号为 1101082495215，住所为北京市海淀区中关村南大街 5 号理工科技大厦 16 层，经营范围为：法律、法规禁止的，不得经营；应经审批的，未获审批前不得经营；法律、法规未规定审批的，企业自主选择经营项目，开展经营活动。上述注册资本业经北京天平会计师事务所有限责任公司予以验证，并于 2002 年 10 月 29 日出具了天平验资[2002]第 2202 号验资报告。

2、2004 年 10 月 30 日，有限公司股东会决议通过，赵文权、孙陶然、华浪珊、许志平、陈良华对有限公司增资。2004 年 11 月 15 日，上述五人分别增资 25 万元，高鹏受让股东孙彦持有的股权 2 万元并增资 15 万元，公司注册资本增至 150 万元。公司 2004 年 10 月 30 日增资未经会计师验资，凭“交存入资资金凭证”进行了工商变更及备案。

根据京工商发【2004】19 号《北京市工商局改革市场准入制度优化经济发展环境若干意见》第十三条“三、改革内资企业注册资本（金）验证办法：‘投资人以货币形式出资的，应到设有‘注册资本（金）入资专户’的银行开立‘企业注册资本（金）专用账户’交存货币注册资本（金）。工商行政管理机关根据入资银行出具的《交存入资资金凭证》确认投资人缴付的货币出资数额。’”。发行人 2004 年 10 月注册资本增加时北京市工商局正实行此规范性文件，发行人增资款项均足额缴汇公司注册资本专用账户，凭“交存入资资金凭证”进行了工商变更及备案，且上述股东出具了《关于公司设立以来有关情况的专项说明》，对公司历次增资进行了确认，公司产权清晰，对公司上市不产生实质影响。

3、股份公司系在原北京蓝色光标数码科技有限公司整体变更的基础上发起设立的。2008年1月14日有限公司第五届第一次股东会决议通过，以有限公司截至2007年11月30日的净资产66,955,518.07元出资，按1:0.7467644比例折为股份5,000万股，注册资本为5,000万元。根据天职国际会计师事务所有限公司于2008年1月15日出具的验资报告（天职京验字[2008]第9号），公司设立时注册资本足额缴纳。

4、2008年3月10日，经股份公司2008年第三次临时股东大会决议通过，同意发行300万新股并增加注册资本，由孙陶然、赵文权、吴铁及潘勤4名原股东及自然人朱俊英等92名新股东以货币资金600万元注资，以2元/股增资300万股，股份公司注册资本增至5,300万元。上述增资经天职国际会计师事务所有限公司予以验证，于2008年4月3日出具了天职京验字[2008]18号验资报告。

5、2008年6月16日，经股份公司2008年第五次临时股东大会决议通过，同意发行450万新股并增加注册资本，由新股东达晨财信、达晨创投、同创立达¹（有限合伙）及自然人曾芸以货币资金4,350万元注资，以9.6667元/股增资450万股，注册资本增至5,750万元。上述增资经天职国际会计师事务所有限公司予以验证，并于2008年7月7日出具了天职京验字[2008]30号验资报告。

6、2008年8月11日，经股份公司2008年第六次临时股东大会决议通过，同意发行120万新股并增加注册资本，由郑佳等7名新自然人股东以货币资金360万元注资，以3元/股增资120万股，注册资本增至5,870万元。上述增资经天职国际会计师事务所有限公司予以验证，并于2008年9月16日出具了天职京验字[2008]38号验资报告。

7、2009年1月24日，经股份公司2009年第一次临时股东大会决议，同意发行130万新股并增加注册资本，由熊剑等11位原自然人股东及田军等10位新自然人股东以3元/股的价格发行130万新股，注册资本增加至6,000万。上述增资经天职国际会计师事务所有限公司予以验证，并于2009年2月12日出具了天职京核字[2009]159号验资报告。

本项目组通过核查发行人设立和历次增减资时验资机构所出具的验资报告，并重点关注历次增资时的银行进账单，确认发行人的注册资本已足额缴纳，发起人或股东用作出资的资产的财产权转移手续已办理完毕。

（五）发行人应当主要经营一种业务，其生产经营符合法律、行政法规和公司章程

¹ 同创立达为合伙制企业，因发行后其无法在证券结算中心登记，2009年1月14日其将所持750,000股公司股份转让予吴传清等6名自然人，此次股权转让签定了股权转让协议，完成工商变更事宜。

的规定，符合国家产业政策，符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第十二条之规定。

查证过程及事实依据如下：

根据公司企业法人营业执照（注册号为 110108004952150）及股份公司设立时《公司章程》中记载，公司经营范围为企业形象策划；营销信息咨询（中介除外）；公关咨询；会议服务；公共关系专业培训；设计、制作、代理、发布广告。根据本项目组了解掌握，公司主营业务为公共关系咨询服务，其核心业务为企业品牌管理服务，主要内容包括品牌传播、活动管理、产品推广、危机管理、数字媒体营销、企业社会责任等一系列品牌管理的链条式一体化服务。

发行人所处公共关系行业属于现代服务业范畴，发行人在行业内自律管理机构——中国公共关系协会和中国国际公共关系协会的监督下从事有关公共关系服务的生产经营活动，公司生产经营除遵守《公司法》等法律之外，还严格遵守行业内自律规章：《中国国际公共关系协会会员行为准则》、《公共关系咨询业服务规范》、《公共关系员国家职业标准》等，公司生产经营符合法律、行政法规和公司章程的规定，符合国家产业政策。

（六）发行人最近两年内主营业务和董事、高级管理人员没有发生重大变化，实际控制人没有发生变更，符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第十三条之规定。

查证过程及事实依据如下：

1、通过核查发行人历年经年检的《企业法人营业执照》、公司历次变更的《公司章程》及与发行人董事、高级管理人员访谈了解，并通过翻阅公司近两年销售合同，确认公司经营范围、主营业务未发生过变更。

2、通过核查报告期内公司历次董事会、监事会会议资料：

报告期初，本公司前身蓝色光标数码科技有限公司的董事会成员为赵文权、孙陶然、吴铁（华浪珊代）、许志平、高鹏，董事长为高鹏；监事为陈良华，未设监事会；高鹏为经理；赵文权为公司首席执行官兼蓝色光标品牌总经理、高鹏为公司总裁兼智扬公关品牌总经理、许志平为公司执行总裁、陈剑虹为公司财务总监。

2008年1月14日，有限公司第五届第一次股东会决议，因改制设立股份公司安排，同意免去赵文权、孙陶然、吴铁（华浪珊代）、许志平、高鹏董事职务、同意免陈良华监事职务。2008年1月14日，有限公司第二届第五次董事会决议，通过免去高鹏董事

长职务，解聘高鹏经理职务。

2008年1月16日，股份公司创立大会决议，选举产生股份公司第一届董事会成员为赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、高鹏；选举产生股份公司第一届监事会成员为陈良华、潘勤、刘璐。

2008年1月16日，股份公司第一届第一次董事会决议通过赵文权任股份公司第一届董事会董事长；赵文权任股份公司总经理；高鹏、许志平任股份公司副总经理；田文凯任董事会秘书；陈剑虹任财务总监。2008年1月16日，股份公司第一届第一次监事会决议通过陈良华担任股份公司第一届监事会主席。

2008年8月11日，股份公司2008年第六次临时股东大会决议通过，增选晏小平为股份公司第一届董事会董事；增选肖星、刘晓春、郭惠民为公司第一届董事会独立董事。

2008年12月20日，股份公司第一届第四次监事会决议，同意陈良华辞去监事会主席职务，增选毛宇辉为第一届监事会监事。

2009年1月20日，股份公司2009年第一次临时股东大会决议通过，同意高鹏辞去公司第一届董事会董事职务，增选陈良华为股份公司第一届董事会董事；同意郭惠民辞去第一届董事会独立董事职务，增选赵欣舸为第一届董事会独立董事。

2009年2月1日，股份公司第一届第五次监事会决议，通过选举毛宇辉为第一届监事会主席。

2009年3月14日，股份公司第一届第十次董事会决议同意免去高鹏副总经理职务。

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

公司最近两年董事、监事及高级管理人员未发生重大变化。

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

根据《一致行动的协议》约定：五人将在蓝色光标下列事项上继续采取一致行动，

作出相同的意思表示，无论五人中任何一方或多方是否直接持有蓝色光标的股份：

(1) 行使董事会、股东大会的表决权；

(2) 向董事会、股东大会行使提案权；

(3) 行使董事、监事候选人提名权；

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

协议约定五人自蓝色光标发行上市之日起三年（即限售期）内不得退出一致行动及解除本协议，也不得辞去董事、监事或高级管理人员职务。自限售期满起三年内，五人如在蓝色光标担任董事、监事、高级管理人员职务的，不得退出一致行动。五人如提出辞去蓝色光标董事、监事、高级管理人员职务，在确认其辞职对蓝色光标无重大影响的前提下，由董事会决议通过后（在董事、高级管理人员提出辞职的情形下），或由监事会决议通过后（在监事提出辞职的情形下）方可辞去。在此之后，在蓝色光标运营一个会计年度后且年报显示其辞职对于蓝色光标的稳定经营无重大影响，方可退出一致行动。五人中担任蓝色光标董事长的一方不得退出一致行动及解除本协议，直至本协议自动失效（五人中的四人以上退出一致行动协议自动失效）。在不违反国家法律法规的情形下，《一致行动的协议》长期有效。

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

同时，为了保持公司股权结构的稳定，五人还于2009年7月22日做出关于所持股份自愿锁定的承诺：公司共同控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华承诺自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份；赵文权、许志平、孙陶然、吴铁、陈良华作为公司董事承诺：上述承诺期限届满后，在任职期间每年转让的股份不超过其所持有发行人股份总数的百分之二十五，在离职后半年内，不转让其所持有的发行人股份；此外，

赵文权、许志平、孙陶然、吴铁、陈良华作为公司一致行动人（共同控制人），承诺自上述期限届满日起三年内减持股份的，减持后本人持股比例不低于首发上市时公司总股份 8,000 万股的百分之六，并承诺不通过大宗交易系统减持。

公司一致行动人的形成要追溯到蓝色光标品牌创立初及整个蓝标体系²的演变过程：

1996 年 7 月赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华（以下简称“五人”）共同投资设立北京蓝色光标市场顾问有限公司（以下简称“老蓝标”），创立了蓝色光标品牌。1999 年 6 月，由于业务拓展的需要，五人在蓝标体系内投资新设了北京智扬唯实企业公关咨询有限公司（以下简称“智扬唯实”），创立了智扬公关品牌。自创业以来，赵文权等五人本着“信任、沟通、理解、一致”的原则，根据各自的业务特长，共同控制着蓝标体系的经营管理。

1999 年，公司业务不断发展，经营进入良性循环阶段，公司规模逐渐扩大，此时公司五位创始人共同认为需要聘请职业经理人来管理蓝色光标的日常经营事务。因此，1999 年 9 月高鹏加入蓝标体系出任蓝色光标品牌总经理，具体负责蓝色光标品牌的经营管理事务。1999-2002 年是赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华、高鹏（以下简称“六人”）新的六人组合形成前的磨合期，一方面老蓝标的业务逐渐扩大，开辟了上海、广州等区域市场，另一方面六人共同投资新设了北京蓝色印象科技咨询服务有限公司（以下简称“老蓝色印象”，设立时高鹏持有股权略低于其它五位股东），逐渐将老蓝标内的业务转移至该公司。蓝标业务继续良性发展，这段时期，蓝标体系属于“5+1”模式的共同控制局面。

2002 年 11 月，六人投资设立蓝标数码，即现在股份公司的前身，蓝标数码在初设时并不承载业务，拟作为控制蓝标体系的中心。经过之后的几次业务构架调整，蓝标体系内的子公司都收归以该公司为主体的统一体系。

2003 年，蓝色光标品牌与智扬公关品牌均趋向成熟，出于业务发展的需要，六位股东适时对经营管理层进行了调整，经六人协商决定，由赵文权代替高鹏负责蓝色光标品牌的经营管理事务，高鹏转为负责蓝标体系内“智扬”品牌的经营管理事务。2004 年，为了巩固六人一致行动的局面，六人通过增资方式调整了蓝标数码的股权结构，六人平均持有蓝标数码股权，至此“5+1”模式的共同控制演变成为 6 人共同控制。

2008 年 5 月 26 日五人曾与高鹏签署《关于共同控制北京蓝色光标品牌管理顾问股

²蓝标体系泛指自蓝色光标品牌创立以来，五位创始人及其后一致行动人所设立的所有公司。

份有限公司并保持一致行动的协议》。2008年12月，高鹏出于个人发展考虑，请求退出公司董事会，退出六人的一致行动人协议。经过六人友好协商，赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华同意高鹏退出，之前签署的一致行动协议于2008年12月31日解除。蓝标体系由6人共同控制的局面恢复为早期5人共同控制的状态。此次高鹏的退出对公司控制权的稳定、经营管理层的决策和公司未来的发展方向未产生影响。

2008年12月31日五人签署新的《关于共同控制北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司并保持一致行动的协议》。至此，蓝标体系的一致行动人经历了“5→(5+1)→6→5”的发展过程。由最初的5位创始人一致行动，到新股东高鹏加入的6人一致行动，恢复为最初5人一致行动、共同控制的局面。

关于公司一致行动人的形成情况，所涉股东已出具《发行人及相关人员关于蓝标体系创立以来有关情况的专项说明》（详见申请文件4-6）并签署生效。

关于公司《一致行动人协议》的说明如下：

报告期内，2008年5月26日五人曾与高鹏签署《关于共同控制北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司并保持一致行动的协议书》，确认自2004年10月以来，赵文权、孙陶然、陈良华、吴铁、许志平和高鹏六方通过在公司股东（大）会、董事会上采取相同意思表示的方式，实施一致行动。前述六方同意在该协议签定后继续通过在发行人的股东大会、董事会上采取相同意思表示的方式，实施一致行动。

2008年12月，高鹏出于个人发展考虑，请求退出公司董事会，退出六人的一致行动人协议，经过六人友好协商，赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华同意高鹏退出，之前签署的一致行动协议于2008年12月31日解除。五人于2008年12月31日重新签署《关于共同控制北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司并保持一致行动的协议书》并就五人一致行动的时间、内容、解约条款做出更周详的约定。（《一致行动人协议》内容见上）。

五人于2010年1月6日签署《关于共同控制北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司并保持一致行动的协议书之补充协议》，对一致行动协议的退出及惩罚做了更严格规定，确保一致行动协议有效。

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

高鹏认为：本人退出一致行动协议不会对公司的控制权和经营管理产生任何影响，

蓝色光标仍将在赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华的共同控制下，按照目前的业务模式继续保持高速发展。

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

(七)根据天职国际会计师事务所有限公司出具的天职京审字[2009]第 1942 号《审计报告》和君合律师事务所发表的有关法律意见，并经核查，发行人具有持续盈利能力，不存在下列情形，符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第十四条之规定。

发行人具有持续盈利能力，不存在下列情形：

1、发行人的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；

2、发行人的行业地位或发行人所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；

3、发行人在用的商标、专利、专有技术、特许经营权等重要资产或者技术的取得或者使用存在重大不利变化的风险。

4、发行人最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户存在重大依赖；

5、发行人最近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益；

6、其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

(八)发行人依法纳税，享受的各项税收优惠符合相关法律法规的规定。发行人的经营成果对税收优惠不存在严重依赖，符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第十五条之规定。

查证过程和事实依据如下：

依据北京市海淀区国家税务局、北京市海淀区地方税务局分别出具的纳税合规证明和天职国际会计师事务所有限公司出具的天职京审字[2009]第 1942 号《审计报告》及发行人提供的文件，并经适当核查，华泰联合证券确认报告期内发行人依法纳税，享受的各项税收优惠符合相关法律法规的规定，且经营成果对税收优惠不存在严重依赖。

(九) 发行人不存在重大偿债风险，不存在影响持续经营的担保、诉讼以及仲裁等重大或有事项，符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第十六条之规定。

查证过程和事实依据如下：

根据天职国际会计师事务所有限公司出具的天职京审字[2009]第 1942 号《审计报告》和君合律师事务所发表的有关法律意见，并经核查，发行人不存在重大偿债风险，不存在影响持续经营的担保、诉讼以及仲裁等重大或有事项。

(十) 发行人的股权清晰，控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东持有的发行人股份不存在重大权属纠纷，符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第十七条之规定。

查证过程及事实依据如下：

通过核查发行人历次增资的验资报告和股权转让的股权转让协议、股款支付凭证，及工商备案的历次公司章程，发行人所有股权不存在权属不清晰情况。五位实际控制人所持有发行人股份不存在权属纠纷情况。

1、公司设立时存在代持情况的说明

股份公司前身北京蓝色光标数码科技有限公司 2002 年 11 月 4 日设立，设立时股权结构为：

股东	出资（万元）	占比（%）
高鹏（代持）	8	80
孙彦（代持）	2	20
合计	10	100

说明：在蓝标体系的形成过程中，即自 1996 年创业至 2008 年股份公司成立前，公司一致行动人先后设立多间公司开展业务，其中部分公司由于当时旧《公司法》对一人有限公司的限制，形成了由一致行动人指定的自然人代持股权的情况；部分公司为了设立的便捷，形成了全部股权由一致行动人指定的两名自然人代持股权的情况，从公司最终股权权属的情况来看，各代持行为的最终权益均为公司一致行动人享有。

公司设立时为程序上的便捷，由自然人高鹏、孙彦代赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华、高鹏六人持股，公司的实际出资人及股东为赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华、高鹏。

2004年10月30日，有限公司股东会决议通过，赵文权、孙陶然、华浪珊、许志平、陈良华对有限公司增资。2004年11月15日，上述五人分别增资25万元，高鹏受让股东孙彦持有的股权2万元并增资15万元，公司注册资本增至150万元。截至2004年11月15日，高鹏、孙彦的代持行为解除。

有限公司增资后股权结构如下：

股东	出资（万元）	占比（%）
赵文权	25	16.67
孙陶然	25	16.67
吴铁	25	16.67
许志平	25	16.67
陈良华	25	16.67
高鹏	25	16.67
合计	150	100

公司设立初的代持情况，由于公司资料保存不完整，股权代持协议已缺失，所涉股东为避免不必要的纠纷，已出具《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司及相关人员关于蓝色光标创立以来有关情况的专项说明》（详见申报材料4-6）并签字生效，声明并承诺，公司股份不存在权属纠纷情况。

2、公司历次增资及股权转让过程中涉及对公司管理人员股权售予情况的说明。

公司历次新增的股份，大部分为向公司内部员工增发，吸纳在公司服务多年的有一定贡献的管理人员成为公司股东，以一定的价格售予其一定数量的股份。公司通过该种股权激励的形式对为公司服务多年的员工给予激励，提高员工《劳动合同》约定薪酬福利之外的待遇，同时也实现公司的长远发展。

公司管理人员自愿购买股份，签署《股份认购协议》和《股份售予协议》，同时，为了更好的激励员工在公司长期稳定的工作下去，公司对售予的股权在一些特殊情况也做了约定：

若授予人出现以下情况之一的，将其持有的股份按一定价格出售给公司法定代表人。如果届时由于法律的或任何其他原因无法实现回购，则授予人将全部股份以一定价格换算成现金赔偿给公司法定代表人：

- （1）在协议服务期内提前解除劳动合同的；
- （2）不能胜任所任职工作岗位，被甲方予以降职的；
- （3）存在违反国家规定或公司规章制度的行为，损害公司利益或声誉，被甲方予

以降职的；

(4) 存在法律规定不得担任公司管理人员或不得持有公司股份情形的。

若授予人出现以下情况之一的，将其持有股份按照一定价格出售给公司法定代表人。如果届时授予人因法律的或其他的任何原因无法实现回购，将全部股份以一定价格换算成现金赔偿给公司法定代表人：

(1) 严重违反甲方规章制度，致使甲方与之解除劳动合同的；

(2) 严重失职，营私舞弊，给公司利益造成重大损害，致使甲方与之解除劳动合同的；

(3) 同时与其他用人单位建立劳动关系，致使甲方与之解除劳动合同的；

(4) 以欺诈、胁迫的手段或者乘人之危，使甲方在违背真实意思的情况下签署或变更劳动合同，致使劳动合同无效的；

(5) 被依法追究刑事责任的，致使甲方与之解除劳动合同的。

根据公司法定代表人赵文权于2009年7月20日出具的《赵文权关于〈股权售予协议〉赔偿条款的相关事宜声明》，赵文权郑重承诺：“如有因发生上述情形且遵循协议约定而产生的赔偿金，将由本人代公司收取，并转为公司营业外收入，本人不得占有”。

(十一) 发行人的资产完整。发行人具备与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统，具备与经营有关的业务体系及相关资产，符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第十八条之规定。

查证过程及事实依据如下：

1、发行人系由有限责任公司基础上整体变更设立的股份有限公司，原有限责任公司全部资产未经剥离，整体进入股份公司。公司所拥有的房屋所有权、商标已办理了产权过户手续，并取得相关权属证明。公司实际控制人除拥有本公司权益外，未从事与本公司业务有关的投资和经营活动。公司亦未以其资产、权益或信誉等为各股东的债务提供过担保，公司已取得了股东入股资产的合法产权，对所有资产具有完全的控制支配权。

公司拥有土地使用权证明和房屋产权证明情况如下：

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

2	X京房权证市字第 025110 号	发行人	北京市朝阳区酒仙桥路甲 10 号 3 号楼 18 层(20 层)	2039.96
3	X京房权证市字第 025111 号	发行人	北京市朝阳区酒仙桥路甲 10 号 3 号楼 17 层(19 层)	2039.96

公司拥有商标情况如下：

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

国家工商管理总局商标局已受理的公司商标注册申请：

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

2、公司与股东之间不存在业务上的关联交易事项，主要原材料供应商与产品销售对象与公司股东无关联关系。公司与股东之间的资产产权界定清晰，生产经营场所独立，

不存在依赖股东的生产经营场所进行生产经营的情况。

(十二) 发行人的人员独立。发行人的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；发行人的财务人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职，符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第十八条之规定。

查证过程及事实依据如下：

通过《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司个人股东（5%以上）、董事、监事及高级管理人员情况查询表》及对个别高管人员现场访谈了解到：

1、发行人总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员均专职在本公司工作并领取报酬，没有在与本公司业务相同或相近的其他企业任职的情况。发行人的财务人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

2、发行人董事、监事及其他高级管理人员均依合法程序选举或聘任，不存在股东单位干预发行人董事会和股东大会已经做出的人事任免决定的情形。

通过核查发行人《劳动合同样本》、抽查与员工已签定的《劳动合同》；通过查阅发行人人事档案、人事聘用和任免制度；通过抽查员工工资条，确定公司为员工按期支付工资及缴纳社保情况：

3、发行人已建立了独立的人事档案、人事聘用和任免制度以及独立的工资管理制度，根据《劳动法》和公司劳动管理制度等有关规定与公司员工签订《劳动合同》，由公司人力资源部负责公司员工的聘任、考核和奖惩。公司已在北京市劳动和社会保障局办理了独立的社保登记，本公司在员工的社会保障、工薪报酬等方面完全独立。

(十三) 发行人的财务独立。发行人建立了独立的财务核算体系，能够独立做出财务决策，具有规范的财务会计制度；发行人没有与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户，符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第十八条之规定。

查证过程及事实依据如下：

1、经现场尽职调查，发行人单独设有财务部，配备了具有相应数量和资质的会计人员从事会计记录和核算工作，发行人根据《会计法》、《企业会计准则》和《企业会计

制度》等法律、行政法规和规范性文件的规定独立制定了《财务管理制度》等规章制度，建立了独立的财务核算体系及规范、独立的财务会计制度。

2、经现场尽职调查，发行人能够独立作出财务决策，能够独立对外签订合同，不存在股东或发起人干预发行人资金使用的情况，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度；公司未为股东提供担保，公司对所有的资产拥有完全的控制支配权；公司目前不存在资产、资金被股东占用或其它损害公司利益的情况。公司实际控制人已出具《避免非经营性占用资金承诺函》。

3、发行人在上海浦东发展银行北京电子城支行独立开立了账号为 91200154800000870 的基本账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形；发行人作为独立纳税人在北京市海淀区国家税务局、北京市海淀区地方税务局进行税务登记并独立按税法规定纳税，持有京税证字 110108744727456 号《税务登记证》，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业无混合纳税现象。

（十四）发行人的机构独立。发行人建立了健全的内部经营管理机构，独立行使经营管理职权，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间没有机构混同的情形，符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第十八条之规定。

查证过程及事实依据如下：

1、经现场尽职调查，发行人根据业务发展需要，内部设立了客户服务部、互动营销部、活动管理部、区域管理中心、知识管理部、媒体关系部、顾问小组、媒体监测中心、采购管理部、行政及 IT 服务部、财务管理部、人力资源部、质量监督部、审计部、证券部等职能部门，并制订了相应的部门工作职责。发行人具备健全的内部经营管理机构，有完善的内控制度，不存在与实际控制人控制的其他企业机构混同的情况。

2、发行人依法设立了股东大会、董事会、监事会，发行人的董事由股东大会经过合法的选举程序产生，董事会由 9 名董事组成（其中独立董事 3 名，设董事长 1 名）；监事会由 3 名监事组成（其中由股东代表担任的监事 1 名、由职工代表担任的监事 1 名，设监事会主席 1 名）；发行人董事会依据相关法律、行政法规、规范性文件及发行人章程的规定聘请了总经理、董事会秘书，根据总经理的提名聘请了副总经理、财务负责人等其他高级管理人员，不存在控股股东干预发行人董事会和股东大会的人事任免的情况。公司建立了股东大会议事规则、董事会议事规则、独董工作制度等完善的内控制度并依此执行。

(十五) 发行人的业务独立。发行人的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间没有同业竞争或显失公平的关联交易，符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第十八条之规定。

查证过程及事实依据如下：

1、经核查，发行人实际控制人除拥有本公司权益外，未从事其他与公司业务有关的投资和经营。发行人业务完全独立于实际控制人及其控制的其他企业。

公司实际控制人之一孙陶然，持有北京拉卡啦电子账单技术服务有限公司股权 43.72%。该公司设立于 2005 年 1 月 6 日，注册资本 100 万元，经营范围为代理和发布广告；法律、行政法规、国务院决定禁止的，不得经营；法律、行政法规、国务院决定规定应经许可的，经审批机关批准并经工商行政管理机关登记注册后方可经营；法律、行政法规、国务院决定未规定许可的，自主选择经营项目开展经营活动。主营业务为电子支付技术的开发和应用。该公司与股份公司间不存在关联交易和同业竞争。

公司实际控制人之一孙陶然，通过股权关系控制拉卡啦（北京）电子支付技术服务有限公司。该公司成立于 2007 年 3 月 2 日，注册资本 2200 万美元（实收资本 1700 万美元），经营范围：研究、开发电子支付技术、信息技术；系统集成；技术服务、技术咨询、技术转让；计算机技术培训。主营业务为电子支付技术的开发和应用。以上公司与股份公司间不存在关联交易和同业竞争。

公司实际控制人之一吴铁，直接和间接持有北京贯能管理技术服务有限公司 80.1% 股权，该公司设立于 2001 年 7 月 20 日，注册资本 374.5 万元，经营范围为法律、行政法规、国务院决定禁止的，不得经营；法律、行政法规、国务院决定规定应经许可的，经审批机关批准并经工商行政管理机关登记注册后方可经营；法律、行政法规、国务院决定未规定许可的，自主选择经营项目开展经营活动。主营业务为计算机技术应用服务。该公司与股份公司间不存在关联交易和同业竞争。

公司实际控制人之一吴铁，直接和间接持有北京朗哲基科技有限公司 100% 股权，该公司设立于 2003 年 6 月 11 日，注册资本 50 万元，经营范围为勘探技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；计算机软件开发。主营业务为计算机人员技术培训。该公司与股份公司间不存在关联交易和同业竞争。

持有公司 5% 以上股份的股东高鹏，直接持有北京英智永新广告传媒有限责任公司 100% 股权，该公司成立于 2009 年 2 月 16 日，注册资本 10 万元，经营范围为设计、制

作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动（不含演出）；承办展览展示；企业形象策划；会议服务；电脑图文设计、制作；信息咨询（不含中介服务）。主营业务为广告。该公司与股份公司间不存在关联交易和同业竞争。

在《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司个人股东（5%以上）、董事、监事及高级管理人员情况查询表》中公司董事、监事、高级管理人员已声明，公司董事、监事、高级管理人员未从事其他与公司业务有关的投资和经营。

2、经核查，发行人与发行人实际控制人的主营业务完全独立，不存在任何同业竞争、业务控制或其他影响发行人业务独立的关系，也不存在显失公平的关联交易。发行人实际控制人已出具《避免同业竞争的承诺函》，及《避免同业竞争的承诺之补充承诺函》。

（十六）发行人具有完善的公司治理结构，依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度，相关机构和人员能够依法履行职责，符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第十九条之规定。

查证过程及事实依据如下：

1、经核查，发行人自整体变更为股份公司以来，即根据《公司法》等法律、行政法规、规范性文件的规定建立、健全了公司治理的组织机构，股东大会、董事会、监事会依法独立履行职责、行使权力，公司治理结构完善。

2、经核查，2008年1月17日发行人2008年第一次临时股东大会审议通过了北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》，2009年3月30日发行人2008年年度股东大会审议通过了上市后适用《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司股东大会议事规则》《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司董事会议事规则》《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司监事会议事规则》

3、根据发行人提供的股东大会、董事会、监事会的会议通知、授权委托书、送达回执、议案、表决票、表决结果报告书、决议及会议记录，以及北京市君合律师事务所出具的有关法律意见，并经核查，发行人自整体变更设立以来，历次股东大会、董事会、监事会的召开、决议内容及签署合法、合规、真实、有效。

（十七）发行人会计基础工作规范，财务报表的编制符合企业会计准则和相关会计制度的规定，在所有重大方面公允地反映了发行人的财务状况、经营成果和现金流量，

并由注册会计师出具了无保留意见的审计报告，符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第二十条之规定。

查证过程和事实依据如下：

经过核查，发行人会计基础工作规范，报告期（2006年—2009年6月30日）财务报表的编制合规、公允，天职国际会计师事务所有限公司对发行人报告期财务报告出具了标准无保留意见的天职京审字[2009]第1942号《审计报告》。

（十八）公司建立的内部控制制度健全且被有效执行，能够合理保证公司财务报告的可靠性、生产经营的合法性、营运的效率与效果，并由注册会计师出具无保留结论的内部控制鉴证报告，符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第二十一条之规定。

查证过程及事实依据如下：

发行人依据《公司法》、《会计法》等有关法律法规的规定，按照建立现代企业制度的要求，从内控环境、会计系统、控制程序等方面建章立制、严格管理，初步建立起一套完整、严密、合理、有效的内部控制管理制度。

根据天职国际会计师事务所出具的《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司内部控制鉴证报告》，认为：“蓝色光标按照《企业内部控制基本规范》及相关规范于2009年6月30日在所有重大方面保持了有效的内部控制。”并经核查，发行人的内部控制制度健全且被有效执行，能够合理保证财务报告的可靠性、生产经营的合法性、营运的效率与效果。

（十九）发行人有严格的资金管理制度，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形，符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第二十二条之规定。

查证过程及事实依据如下：

通过查阅公司财务管理制度，并根据天职国际会计师事务所出具的《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司内部控制鉴证报告》，公司已经具备了健全的资金管理方面制度，在资金管理方面能严格防止被实际控制人占用的情况，且公司实际控制人已出具了《避免非经营性占用资金承诺函》。发行人有严格的资金管理制度，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用

的情形。

(二十) 发行人的公司章程中已明确对外担保的审批权限和审议程序, 发行人不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形, 符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第二十三条之规定。

查证过程及事实依据如下:

通过查阅公司章程, 公司章程中明确了对外担保的审批权限和审议程序; 通过查阅公司内控制度, 公司建立了完善的对外担保制度; 通过查证发行人历次董事会决议、股东大会决议, 确定公司不存在违反公司章程或超越权限审议为实际控制人控制的其他企业进行违规担保的决议。根据君合律师事务所出具的《法律意见书》并结合本保荐人核查, 发行人不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形。

(二十一) 发行人的董事、监事和高级管理人员已经了解与股票发行上市有关的法律法规, 知悉上市公司及其董事、监事和高级管理人员的法定义务和责任, 符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第二十四条之规定。

查证过程及事实依据如下:

自 2008 年 3 月 31 日至 2009 年 3 月 16 日, 华泰联合证券对发行人进行了为期 12 个月的辅导, 2008 年 10 月 17 日华泰联合证券组织君合律师事务所、天职国际会计师事务所, 对发行人董事、监事和高级管理人员开展了现场辅导授课, 发行人参加现场辅导授课的董事、监事和高级管理人员均顺利通过辅导考试。经过辅导期的辅导, 发行人的董事、监事、高级管理人员已经了解掌握了与股票发行上市有关的法律法规, 知悉了上市公司及其董事、监事和高级管理人员的法定义务和责任, 并能够尽职履行其职责。

(二十二) 通过《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司个人股东(5%以上)、董事、监事及高级管理人员情况查询表》及君合律师事务所出具的有关法律意见, 并结合尽职调查, 确定发行人的董事、监事和高级管理人员符合法律、行政法规和规章规定的任职资格, 且不具有下列情形, 符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第二十五条之规定。

发行人的董事、监事和高级管理人员符合法律、行政法规和规章规定的任职资格, 且不具有下列情形:

1、被贵会采取证券市场禁入措施尚在禁入期的;

2、最近三十六个月内受到贵会行政处罚，或最近十二个月内受到证券交易所公开谴责；

3、因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或涉嫌违法违规被贵会立案调查，尚未有明确结论意见。

(二十三) 依据根据工商、税务、社保部门出具的公司近三年无违法违规的证明文件和君合律师事务所出具的法律意见书，及公司董事、监事、高级管理人员的声明，华泰联合证券结合适当核查，确认发行人符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第二十六条之规定。

发行人及其控股股东、实际控制人最近三年内不存在损害投资者合法权益和社会公共利益的重大违法行为。

发行人及其控股股东、实际控制人最近三年内不存在未经法定机关核准，擅自公开或者变相公开发行证券，或者有关违法行为虽然发生在三年前，但目前仍处于持续状态的情形。

(二十四) 发行人募集资金有明确的使用方向，并用于主营业务，募集资金数额和投资项目与发行人现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应，符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第二十七条之规定。

查证过程和事实依据如下：

根据发行人 2009 年 3 月 30 日召开的 2008 年度股东大会通过的《关于北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司发行 A 股募集资金使用及投向计划的议案》，发行人拟将本次募集资金依次投资于以下项目：

项目名称	募集资金投入			建设期	达产期	核准或备案情况
	项目总投资(万元)	新增建设投资(万元)	铺底流动资金(万元)			
公共关系服务全国业务网络扩建项目	8,832	6,700	2,132	3 年	3 年	京朝阳发改(备)[2009]27 号
业务系统信息化管理平台项目	3,150	2,686	464	3 年	3 年	京朝阳发改(备)[2009]26 号
活动管理业务拓展项目	4,000	3,300	700	1 年	1 年	京朝阳发改(备)[2009]28 号

其它与主营业务相关的营运资金项目	---	---	---	-	-	-
------------------	-----	-----	-----	---	---	---

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

经核查，上述募投项目均围绕发行人主营业务进行，与公司经营战略相符合，旨在进一步增强企业的竞争优势，提升行业地位，进一步提高盈利能力，确保发行人的持续发展。

根据湖南化工医药设计院和北京玉龙天行工程咨询有限公司为公司编制的《北京蓝色光标股份公司业务系统信息化管理平台项目可行性研究报告》、《北京蓝色光标股份公司公共关系服务全国业务网络扩建项目可行性研究报告》、《北京蓝色光标股份公司活动管理业务拓展项目可行性研究报告》；发行人 2009 年 3 月 30 日召开的 2008 年度股东大会审议通过了《关于公司本次公开发行股票募集资金投向项目的议案》，并经核查，发行人募集资金投资项目与发行人现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。

（二十五）发行人已建立募集资金专项存储制度，并承诺募集资金到位后，将其存放于董事会决定的专项账户，符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第二十八条之规定。

查证过程和事实依据如下：

经核查，发行人已制定《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司募集资金管理办法》，并经 2009 年 1 月 24 日召开的 2009 年第一次临时股东大会全体审议通过，并承诺本次公开发行股票所募集的资金将存放于董事会决定的专项账户。

综上所述，华泰联合证券认为，发行人符合《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》及其他规范性文件有关首次公开发行股票并上市的各项条件。发行人申请本次公开发行的发行方案合理，内控制度健全，运作规范，具备持续盈利能力，具有较好的发展前景。

五、发行人主要风险提示

（一）社会公众认知风险

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

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

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

（二）人力资源风险

人力资源是公共关系行业的核心资源，公共关系人才的业务能力决定着公共关系服务的质量和品质。目前国内公共关系专业人才短缺，流动率较高，特别是中高级专业人员的严重紧缺制约着行业的快速发展。

公共关系人力资源目前表现为以下两个方面：

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

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

尽管公司通过股权激励等方式稳定业务团队，凝聚核心骨干，但是如果公司在人力

资源引入、培养等方面缺乏有效的制度和措施，则面临人才流失、人才短缺和人才梯队不健全等风险，将对公司持续经营带来一定影响。

（三）依赖重要客户的风险

公司近三年一期前五大客户的收入占公司当期营业收入的比重分别为 48.14%、50.89%、51.97%、51.19%，虽然公司服务的客户数量逐年递增，但由于大客户业务量的高速增长，使得公司仍然存在营业收入向少数客户集中的趋势，公司存在依赖重要客户的风险。

近三年一期公司前五大客户的收入占公司当期营业收入的比重较高的主要原因是：

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

第二，公司实施大客户策略，优先满足核心客户的服务需求。例如，报告期公司对第一大客户联想集团的收入占公司当期营业收入的比重在 20%以上，比例相对较高，主要原因是公司与联想集团的合作已达十二年之久，公司常年为联想品牌提供服务的团队也达到 50 人以上，公司对联想集团的需求把握到位，联想集团也对公司提供的服务有较大依赖。

公司关注对重要客户的依赖风险，一旦客户因生产经营出现波动或其他原因减少对公共关系服务的需求，对公司的收入和利润将产生较大影响。为规避上述风险，公司采用各种积极措施尽可能降低对主要客户的依赖，例如本次募集资金投资项目将增加区域品牌的投入，以目前区域网络的框架为突破口，开发区域客户，拓展公司的业务规模，以减少公司对核心客户的依赖。

（四）公司股权分散引致的被收购风险

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

针对公司股权分散引发的被收购风险，公司通过一致行动人协议对五人的一致行动进行了约束，最大限度的降低该风险。

（五）蓝标信息所得税减免税额被追缴的风险

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

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

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

（六）行业竞争风险

我国公共关系行业市场化程度较高，企业数量众多且规模偏小，呈现出竞争激烈、高度分散的行业特点。另外，海外公共关系公司凭借其在行业中的经验和资本优势，陆续进入国内市场，导致国内市场竞争更加激烈。

公共关系行业在国内市场的发展历史较短，行业无明确的主管部门监督管理，相关法律法规建设也较为缺乏，公共关系市场中无序竞争可能影响公司的正常经营活动。

公司通过多年的不懈努力，已成长为国内公共关系行业龙头企业，综合实力连续多年排名行业前列，拥有的“蓝色光标”、“智扬公关”、“欣风翼”等多个品牌，在业内具有一定的品牌优势，并且业务覆盖全国24个主要城市，在国内同行业中具有唯一一个

辐射全国的业务网络，使得公司行业内具有较强的竞争优势

（七）募集资金投资项目风险

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

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

（八）净资产收益率下降的风险

如果本次发行能够成功完成，公司净资产将在短时间内大幅增长，但募集资金投资项目尚需一段时间才能产生效益。因此，本次发行后，公司净资产收益率将出现一定幅度的下降。公司存在短期内净资产收益率下降的风险。

六、发行人经营能力和发展前景的评价

（一）发行人主营业务概述

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

（二）发行人所处行业简介

公司所处行业为公共关系行业，属于现代服务业。

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

公共关系行业在我国是典型的朝阳产业，发展迅猛，前景广阔，是现代服务业的重

要组成部分。改革开放 30 多年来，我国经济已经进入品牌时代。在品牌时代中，品牌的影响力是不可取代的，优质的品牌就意味着稳定的市场、丰厚的利润和超额的溢价。我国许多企业越来越重视品牌的价值和作用，因此，企业对品牌管理和公共关系服务的需求是巨大的。

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

从公共关系行业长期发展趋势来看，公共关系服务在我国市场的应用范围还比较小，目前只有 IT 业和汽车两个领域有大规模的应用，其他如消费品、医药、金融、地产等行业还只是零星的应用，更不必说政府形象管理和投资者关系等领域还有巨大的潜在市场，公共关系行业未来发展的市场潜在空间非常广阔。

（三）发行人核心竞争优势

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

1、成长优势

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

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

2、管理优势

公司治理结构和管理建设较为合理规范，主要表现在以下方面：

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

公司治理缺陷。

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

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

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

3、人才优势

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

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

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

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

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

第五，公司员工业务水平较高，特别是方案设计具有创意。由于公司企业文化较为人性化，对员工发展束缚较少，扩大了员工的发展空间，并且公司对员工进行定期的业

务培训，营造了学习型组织文化，员工在亲和的环境下，凭借专业的知识基础，容易产生灵感和创意，进而提升了业务水平。

4、创新优势

作为现代服务业，公司在自主创新方面主要表现为以下三点：

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

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

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

5、经验优势

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

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

6、客户优势

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

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

7、品牌优势

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

作为公共关系行业的本土领军企业，公司创造了我国公共关系行业的多个第一：

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

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

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

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

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

8、业务网络优势

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

（四）发行人竞争劣势

1、公共关系策略和方法论有待提高

由于国外公司发展历史长，理论积累丰富，在传统业务开展过程中采用公共关系策略和方法论方面较为娴熟，对公共关系理论的指导功能运用的较为熟练。国内公共关系公司在公共关系策略和方法论上稍逊于外资公司。国内公司成立历史较短，对方法论等

公共关系理论研究较为不足，导致在公共关系策略和方法论上较为落后。随着业务技术的快速发展，公司公共关系策略和方法论方面进步明显，在新业务和新技术手段的创新方面形成一定实力，例如在互联网传播技术方面的创新，推动公司在互联网服务方面已经达到行业领先水平。

2、全球网络布局不足

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

3、融资渠道单一

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

（五）发行人未来三年的发展计划

公司战略目标是发展成为专业的传播集团。

公司 2009 年及未来三年的发展计划为：本着“专业立身，卓越执行”的服务理念，坚持“区域扩张、行业拓展、服务延伸”的业务发展战略，巩固行业领先的市场地位，保持每年 15%以上营业收入的增长。具体计划为：

1、区域扩张计划

基于我国公共关系市场向二线城市扩展的趋势，公司计划用三年的时间，在消费力较强、公共关系业务发展较快的二线城市建设全国性的业务拓展网络。公司很早就开始在全国进行地域布局，在全国建立了 24 个办事处，初步建立了全国业务网络，本次募集项目公司将在全国业务网络升级扩充，最终形成“四三七八十”（即 4 个层级、3 个业务核心、7 个业务骨干点、8 个业务支持中心、10 个市场拓展网络）的战略布局。

2、行业拓展计划

公司将继续以 IT、汽车为核心业务行业，将 IT、汽车行业服务的成功经验扩展到医药、金融、日用消费品等行业，凭借公司的品牌优势拓展其他行业客户，并充分利用互联网等网络媒体为客户拓展提供及时的服务支持，满足客户的不同需求。

3、服务延伸计划

公司将继续专注于公共关系服务领域，将品牌管理作为核心业务，丰富品牌管理的服务种类，巩固在企业社会责任、危机管理等服务领域的优势，并开展个人形象维护等新型服务；同时，重视对新兴传播方式的运用，深化互联网等网络传媒的研究，为客户提供更为丰富的服务内容；针对即将召开的世博会，提高在活动管理中的竞争力，利用本次发行的募集资金购买大型活动的活动设备，为客户提供更为全面的服务。

4、收购兼并计划

目前海外公共关系公司以平均每周一家的速度进行并购，逐渐形成多品牌跨国域的传播集团。而随着中国市场的拓展，海外公司也开始涉足国内市场，其进军国内市场常用的方式是通过并购方式。近3年，海外公司业已并购了多家本土公共关系公司，而随着海外公司并购热潮的到来，本土公司也逐渐意识到行业整合的趋势，开始通过并购方式增强自我实力，拓展自身的市场。因此，为了与同行业进行竞争，公司开始制定并实施收购和兼并战略。2008年，公司并购“欣风翼”品牌是公司收购战略的第一个案例。

5、多品牌经营计划

公司现已拥有蓝色光标、智扬公关、欣风翼三个公共关系品牌，在业务的发展上，蓝色光标品牌定位于全国性、全业务服务品牌，其服务客户主要是IT、通讯、汽车、网络等行业的领军企业，既有联想、腾讯等国内企业，也有佳能、强生等国外品牌，在公共关系行业树立了行业龙头的地位；智扬公关品牌主要采取区域化发展策略，主要针对北京和深圳市场，其客户也主要针对国内企业，现在，智扬品牌已经成为深圳公共关系市场上口碑较好的品牌；欣风翼主要服务于手机通讯行业，以现场活动促销管理为主要的服务模式，在该领域内具有其自身的竞争优势。

在未来的2-3年里，公司将继续沿用上述品牌的定位，将蓝色光标打造成为国内公共关系行业的第一品牌，并通过市场扩张、区域扩张、服务延伸等发展战略发展巩固其市场地位；同时将智扬公关和欣风翼建设为区域品牌和细分行业品牌，并相应提高二者在区域周边和通讯手机相关行业的竞争优势，向外围拓展，进入其他区域和其他细分行业。

6、组织完善计划

为了更好地优化公司运营机制，完善升级现有的企业体制，公司采取了以下具体措施：

(1) 完善组织结构，使董事会决策、经营层管理、独立董事和监事会监督制衡的运行机制更为有效和谐，使股东利益价值最大化；

(2) 以绩效为导向，不断优化企业管理流程，建立高绩效学习型组织；

(3) 不断创新，进一步激发员工的积极性和创造性，以持续的创新能力和不断地为客户创造价值，赢得客户的信任和尊重，增强公司竞争力。

公司将继续加强内部管理，建立现代企业管理模式，加强企业文化建设，树立以“员工至上”为第一位的核心价值观，培育团结、进取、积极向上的企业文化，使公司的凝聚力、激励力、约束力、导向力、辐射力大大增强，有力地促进公司的进一步发展。

7、人员扩充和培训计划

公共关系行业属于知识密集型行业，公司在业务拓展的同时，需要不断扩充人员规模，提升人员素质。根据公司多年业内的管理经验，公司业务每增加 10%，业务人员的规模要相应增加 5%，因此，公司要达到每年 15% 的增长，公司将每年相应增加 8% 左右的业务人员。

本次募集资金区域业务拓展项目中，公司在人员的规模上将相应增加，将加强员工入职培训、定期培训等常规培训，建设人力资源培训中心，整体提升公司员工和各级管理人员的综合业务能力和领导能力，并计划采取员工分部循环培训方式，使人力资源培训中心成为公司人才成长的摇篮。公司将建设人员培训信息共享平台，提高员工的业务经验和知识，使员工能利用信息平台查询业务资料和案例，进行自我学习和提高。

综上所述，华泰联合证券认为：发行人主营业务突出，盈利能力和市场竞争能力强，成长迅速稳健，所处行业前景广阔，未来发展规划清晰可行，符合首次公开发行股票并在创业板上市的基本条件。

七、华泰联合证券的保荐意见

华泰联合证券认为，发行人是具有较强竞争能力的全国性公共关系公司，在全国公共关系市场具有很高的市场占有率和知名度，是全国公共关系行业的龙头企业之一，具有较强的发展潜力和竞争优势。发行人自设立以来，运作规范、业绩良好，具备首次公开发行股票并在创业板上市的条件，本次发行申请理由充分、发行方案可行。华泰联合

证券特此向贵会推荐蓝色光标首次向社会公开发行 2,000 万股 A 股，请贵会审核批准。

以上情况，特此说明。

(本页无正文,为《华泰联合证券有限责任公司关于北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市证券发行保荐书》之签章页)

项目协办人: 杨淑敏
杨淑敏

2010年1月22日

保荐代表人: 武健 龚文荣
武健 龚文荣

2010年1月22日

内核负责人: 马卫国
马卫国

2010年1月22日

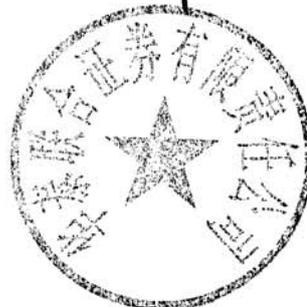
保荐业务负责人: 马卫国
马卫国

2010年1月22日

保荐人法定代表人: 马昭明
马昭明

2010年1月22日

保荐人(公章):



2010年1月22日

保荐代表人专项授权书

中国证券监督管理委员会：

根据贵会《证券发行上市保荐业务管理办法》的规定，华泰联合证券有限责任公司（以下简称“本公司”）授权本公司投资银行专业人员武健和龚文荣担任本公司推荐的北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市项目的保荐代表人，具体负责该项目的保荐工作；并确认所授权的上述人员具备担任证券发行项目保荐代表人的资格和专业能力。

董事长（签名）：_____

马昭明

华泰联合证券有限责任公司（公章）：



2010年1月22日

项目协办人专项授权书

中国证券监督管理委员会：

根据贵会《证券发行上市保荐业务管理办法》的规定，华泰联合证券有限责任公司（以下简称“本公司”）授权本公司投资银行专业人员杨淑敏担任本公司推荐的北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市项目的项目协办人，承担相应职责；并确认所授权的上述人员具备相应的资格和专业能力。

董事长（签名）：_____



马昭明

华泰联合证券有限责任公司（公章）：



2010年1月22日

华泰联合证券有限责任公司
关于
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市
发行人成长性专项意见

保荐人（主承销商）



（深圳市罗湖区深南东路5047号发展银行大厦）

关于北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市发行人成长性专项意见

中国证券监督管理委员会：

依据《公司法》、《证券法》、《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》等法律法规的规定，华泰联合证券有限责任公司（以下简称“华泰联合证券”或“保荐人”）作为北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司（以下简称“公司”或“发行人”）保荐人，遵循勤勉尽责、诚实守信的原则，对发行人进行了全面尽职调查，充分了解了发行人所处行业状况、发行人经营业绩、财务状况及其面临的风险后，有充分理由确信发行人主营业务突出，盈利能力强，成长迅速稳健，发展前景良好。

一、健全的公司法人治理结构保障了公司快速稳健成长

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

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

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

二、广阔的行业发展前景给公司提供了巨大的成长空间

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

另外，汶川地震之后，我国政府加强了对国家公关战略的重视。2009年4月，国家制定了国家公关战略，更加重视国家形象的树立和维护，鼓励经济“走出去”，实现经济全球化，推动主要媒体机构向国际扩张，努力增强文化软实力，进一步提升我国国家形象。国家政策的导向为公共关系的发展营造了和谐的发展环境，有利于公共关系行业的发展。

经过短短二十多年的发展，公共关系行业已初具规模，市场需求逐步扩大，营业收入逐年增长，未来发展潜力巨大。根据中国国际公共关系协会《中国公共关系业 2008 年度调查报告》，2000 年国内公共关系年营业额仅 15 亿元人民币，2004 年已达 45 亿元人民币，2006 年突破 80 亿元人民币，年增长率超过 30%，2007 年达到 108 亿元人民币，年增长率超过 35%，2008 年已超过 140 亿元人民币，年增长率为 29.6%，近三年年增长率达到 32.64%，增长速度远远超过经济平均增长速度。

尽管经济危机对我国经济产生较大影响，但随着我国经济的持续稳定增长以及 2010 年即将到来的上海世博会的召开，我国公共关系行业将会打开更大的市场空间，预计未来 10 年国内公共关系行业将会保持超过 15% 的速度快速发展。

三、公司内在核心竞争优势保证公司处于行业领先地位

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

（一）成长优势

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

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

（二）管理优势

公司治理结构和管理建设较为合理规范，主要表现在以下方面：

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

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

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

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

（三）人才优势

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

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

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

素质。

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

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

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

（四）创新优势

作为现代服务业，公司在自主创新方面主要表现为以下三点：

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

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

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

（五）经验优势

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

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

（六）客户优势

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

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

（七）品牌优势

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

作为公共关系行业的本土领军企业，公司创造了我国公共关系行业的多个第一：

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

（八）业务网络优势

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

四、近三年一期财务指标体现出公司处于高速成长期

(一) 近三年一期主要财务数据

1、合并资产负债表主要数据

单位：元

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

2、合并利润表主要数据

单位：元

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

3、合并现金流量表主要数据

单位：元

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

（二）近三年一期公司财务数据成长性分析

1、资产规模增长分析

公司近三年一期的资产规模有较快的增长，2008 年较 2007 年资产规模增加了约 1.40 亿元，增长率超过 120%；2007 年较 2006 年增加了约 4,800 万元，增长率超过了 70%。

2、股东权益规模增长分析

公司近三年一期的股东权益规模有较快的增长，2008 年较 2007 年股东权益增加了 8,300 多万元，增长率超过 90%；2007 年较 2006 年增加了约 3,600 万元，增长率达到了近 65%。

3、营业收入增长分析

公司专注于主营业务发展，主营业务收入均是为客户提供品牌管理服务的劳务收入，最近三年收入规模持续增长。2008 年较 2007 年营业收入增长了约 1.11 亿元，增长率超过 50%；2007 年较 2006 年增加了约 8,400 万元，增长率超过 60%。

4、营业利润增长分析

公司最近三年的营业利润持续增长，营业利润增长率和营业收入增长率基本同步，其小幅差异主要是公司营业成本核算受客户结算方式不同等因素影响；2008 年营业成本增长幅度略高于营业收入增长幅度，营业利润增长率略低于营业收入增长率。因此，公司最近三年毛利率也略有波动，整体保持在 52%以上。

5、净利润增长分析

公司最近三年的净利润持续增长。2008 年较 2007 年净利润增长 300 多万元；2007 年较 2006 年增加了 2,800 多万元，增长率超过 200%。

公司最近三年享受了税收优惠，若扣除税收优惠影响后，公司的净利润的增长趋势更为明显，具体情况如下：

项目	2008 年度	2007 年度	2006 年度
备考表营业税金及附加	18,059,590.97	11,809,669.50	7,307,476.30
申报表营业税金及附加	16,690,961.96	5,209,800.58	2,727,167.46
差异①	1,368,629.01	6,599,868.92	4,580,308.84
备考表所得税费用	14,745,287.25	25,412,855.50	12,719,515.54

项目	2008 年度	2007 年度	2006 年度
申报表所得税费用	15,076,293.58	307,686.03	536,390.14
差异②	-331,006.33	25,105,169.47	12,183,125.40
税收优惠政策对净利润影响数	1,037,622.68	31,705,038.39	16,763,434.24
扣除税收优惠后的净利润数	43,373,145.46	9,668,062.58	-3,460,649.61

由于公司属于需要投入较高人力资本和智力资本的现代服务业企业，人员的薪金成本为主要成本，以 2006 年度和 2007 年度税前可扣除的工资薪金标准计算，不能在所得税前扣除的人工成本较高，因此，公司享受的相关税收政策，减少了公司人工成本所涉及的税收支出，对公司净利润的贡献较大，2008 年度，公司相关优惠政策已经全部到期或不再执行，因此，税收优惠对公司净利润的影响很小，仅约为 104 万元，更加真实的体现了公司整体的经营能力。报告期内，如果扣除税收优惠的影响，公司仍满足申请在创业板首次公开发行股票盈利指标要求，并且，报告期内的业绩增幅更加显著，也更凸显了公司的成长性。

6、现金流量增长分析

公司最近三年的净利润持续增长，经营性现金净流量和现金及现金等价物净增加额均为正数，且持续增长。良好的现金流量为未来公司业务的持续增长提供了有利的保障。

7、扣除纳税影响情况下公司盈利能力更加突出

报告期内，公司及其子公司享受了税收减免政策，扣除税收影响，即公司未缴纳营业税及其附加和所得税的利润（简称“未缴税利润”）情况如下表（单位：万元）：

项目	2008 年度	环比增长 金额	环比增 长(%)	2007 年度	环比增长 金额	环比增 长(%)	2006 年度
营业总收入	33,016.33	9,370.06	39.63	23,646.27	8,787.84	59.14	14,858.44
减：营业成本	14,971.71	3,896.47	35.18	11,075.23	4,165.75	60.29	6,909.49
销售费用	7,787.49	2,724.78	53.82	5,062.70	1,317.24	35.17	3,745.46
管理费用	2,581.80	-158.98	-5.80	2,740.79	811.70	42.08	1,929.08
财务费用	-40.49	-18.81	86.74	-21.68	-14.10	185.91	-7.58
资产减值损失	181.26	154.62	580.49	26.64	-141.85	-84.19	168.49
营业外支出净额	4.13	-18.12	-81.44	22.25	27.79	-501.09	-5.55
抵减营业总收入的项目合计	25,485.89	6,579.97	34.80	18,905.92	6,166.54	48.41	12,739.39
未缴税利润	7,530.44	2,790.09	58.86	4,740.35	2,621.30	123.70	2,119.05

注：1、营业外支出净额=营业外支出-营业外收入

2、未缴税利润 =营业总收入-抵减营业总收入的项目合计=净利润+所得税费用+营业税金及附加

从上表可以看出，扣除纳税影响情况下，2008年度、2007年度、2006年度的营业总收入分别为33,016.33万元、23,646.27万元、14,858.44万元，分别较前一年度增长9,370.06万元和8,787.84万元；未缴税利润分别为7,530.44万元、4,740.35万元、2,119.05万元，分别较前一年度增长2,790.09万元和2,621.30万元。公司营业总收入和未缴税利润最近三年持续增长，并且增长金额也持续增加，公司具有较强的盈利能力。

最近三年，扣除非经常性损益前的净利润、扣除非经常性损益后的净利润以及假定自2006年起不享受流转税和所得税税收减免政策的备考利润表的净利润和上述未缴税利润的比较情况如下表（单位：万元）：

项目	2008年度	环比增长 金额	环比增 长(%)	2007年度	环比增长 金额	环比增长 (%)	2006年度
净利润	4,341.92	222.50	5.40%	4,119.42	2,442.89	145.71%	1,676.53
扣除非经常性损益的 净利润	4,054.03	3,040.86	300.13%	1,013.17	1,010.72	41,253.88%	2.45
备考利润表净利润	4,238.16	3,434.41	427.30%	803.75	840.76	-	-37.01
未缴税利润	7,530.44	2,790.09	58.86	4,740.35	2,621.30	123.70	2,119.05

从上表可以看出，由于受到税收减免政策、税率等影响，以及公司合并范围内的控股子公司的具体情况不同，使公司净利润、扣除含有税收影响数的非经常性损益后的净利润数，以及假定自2006年起不享受流转税和所得税税收减免政策的备考利润表的净利润，最近三年环比增幅可比性较差，因此，扣除税收影响（即未缴纳营业税及其附加和所得税的情况下）的未缴税利润，更能真实地体现公司持续增长情况和盈利能力，从该指标看，公司持续盈利能力较强。

（三）近三年一期公司营业收入成长原因分析

公司营业收入能够持续增长源于如下原因：

1、国内市场对品牌管理需求不断增长，为公司创造了前所未有的发展机遇。

随着国民经济的发展，宏观经济形势和政策环境逐步改善，实体经济迅速成长，居民的生活水平也得到了提高，我国逐步进入“消费时代”。“消费时代，品牌为王”，越来越多的企业认识到了品牌的价值和意义，不断加大对品牌管理的投入，品牌管理的需求不断扩大，品牌管理服务业务的快速发展，公共关系行业迎来了前所未有的发展机遇。

2、公司凭借良好的业务素质和服务质量，通过为原有客户提供增量服务和增值服务，提高公司的收入规模。

公司通过良好的业务素质、对客户品牌理念的深刻理解和卓越的执行力，不断提高客户对公司服务的满意度和公司对客户服务的价值，赢得了客户信任，增加了业务机会，在保证公司稳定收入的情况下，进一步形成了公司的增量收入。

以公司 2008 年度的前五大客户为例，最近三年收入情况如下表（单位：万元）：

客户名称	2008年度	2007年度	2006年度
联想	7,397.75	5,368.47	3,288.12
丰田	3,036.95	1,488.36	440.65
三星	2,569.03	1,792.04	1,349.01
佳能	2,280.95	1,849.84	1,341.85
AMD	1,493.89	840.12	303.19

可以看出，公司 2008 年度前五大客户在近三年的业务量是显著增长的。公司专业和高品质的服务是公司业务收入持续增长的重要因素之一。

3、公司品牌优势和较强的综合服务能力，将新增客户需求转变为现实收入。

一直以来，公司秉承“专业立身 卓越执行”的服务理念，不断提高服务质量，在业界建立了良好的口碑，逐渐积累形成了自身的经验、规模和品牌等优势。一方面，良好的品牌形象为公司创造了大量的新客户、新业务机会；另一方面公司较强的综合服务能力，使上述机会形成了公司新增客户和新增收入。报告期内，伴随公司品牌影响力的逐步增强，越来越多的竞标机会是客户主动邀请“蓝色光标”、“智扬公关”参与而形成。公司的品牌优势和较强的服务能力是公司营业收入不断增长的原因之一。

报告期内，公司服务的客户数量，以客户品牌进行统计的情况如下表：

时间	2008年度	2007年度	2006年度
品牌数量（个）	184	175	166

4、伴随客户新需求和新媒介的出现，公司通过增加服务内容不断扩大收入规模。

伴随经济的发展、互联网的出现，一方面，公众对企业社会责任等方面的要求越来越高，经常会有企业陷入各种危机，对其品牌造成了很大的负面影响；另一方面，信息传播速度愈来愈快、传播辐射面越来越广，客户的品牌管理难度、管理途径和方式均有所不同。公司结合业务需求和业务特点增加了服务的内容，主要有危机管理、企业社会责任管理和基于互联网的营销等。其中，基于互联网的营销是指协助客户搜集

公众对客户品牌的“感受”，并进行定期分析、反馈，帮助客户做好和消费者的互动沟通等公共关系管理工作，从而提高公众对客户品牌的认识和忠诚度，该业务收入已经从百万级增加至千万级，巩固了公司在公共关系领域的领先地位。

5、通过并购同行业公司增加公司收入规模。

2008年4月，公司并购同行业公司博思瀚扬（其拥有“欣风翼”品牌）。博思瀚扬及其全资子公司擅长消费终端的活动管理和相关培训服务，其服务内容是品牌管理链条中的环节之一，公司将其并购可以使其和公司形成良好的协同效应。2008年5-12月和2009年1-6月，该公司贡献营业收入1,356万元和899万元，虽然该公司的营业收入对公司的贡献较小，但也是公司营业收入增长的原因之一。

五、公司良好的企业文化打造了高素质的人力资源团队

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

公司经过十几年的发展，现已成为具有600余名员工规模，年收入突破3.3亿的本土公共关系公司。公司在以市场为导向、加强内部管理、建立现代企业管理模式的同时还大力加强企业文化建设，树立以“员工至上”为核心的企业文化，培育团结、进取、积极向上的公司氛围，使企业的凝聚力、激励力、约束力、导向力、辐射力大大增强，有力地促进了企业的进一步发展。

（一）核心价值观及企业文化理念

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

（二）人性化的管理政策

核心价值观和企业文化，形成了公司人性化的内部管理机制和人力资源管理政策。首先，公司不仅为员工缴纳各类社会保险，同时还为员工提供“意外保障”、“各类交通保险”、“补充医疗”、“住院补贴”等多种商业保险；其次，除去国家规定的法定节假日、休假方式外，公司制定多种休假方式，以保证员工可以得到充分的休息，如“带薪春节假”、“郁闷假”、“带薪病假”、“亲子关怀”等；此外，公司还建立了各类基金，如活动基金、健康基金和爱心基金，至 2008 年底，公司开展内部员工活动近百次、通过健康基金帮助多名患病员工得到及时治疗，并通过爱心基金帮助家庭困难的员工度过生活难关；另外，公司为员工在职期间提供各类补助，包括享受工作餐、自驾车、通讯费补助等，并对在职期间结婚、生育的员工发放相应的特殊津贴。

（三）以人为本的育人模式

虽然公司业务在迅速扩大，但公司在业务迅速增长的同时非常重视内部员工的成长和培训。公司结合自身业务的特点，制定了一套高效的内部培训体系，以保证员工的知识可以不断更新，使具有管理能力和专业能力的员工在适合自己的岗位上充分发挥自己的能力。首先，新员工入职后，公司会指定老员工作为新员工的指导人，帮其迅速融入团队，了解企业文化，熟悉公司各项规章制度，并在业务上悉心指导，通过这样的方式，公司培养了一批具有一定管理能力的员工，同时确保了梯队化的员工团队；其次，公司通过内网建立“51share”系统，员工在需要业务知识时，可以登录系统寻找各类资料，学习各类案例和点评，这种自助式的学习能够帮助员工提高业务能力，扩充知识范围；再次，公司建立了定期培训制度，如每年两次系统的新员工培训、年中领导力培训、户外拓展等；此外，公司还不定期举办各类座谈会和沙龙，使知识可以得以分享和传递。

（四）丰富多彩的业余活动

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

（五）温馨体贴的员工关怀

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

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

六、稳健的未来发展计划为公司保持快速成长提供了指引

公司战略目标是发展成为专业的传播集团。

公司 2009 年及未来三年的发展计划为：本着“专业立身，卓越执行”的服务理念，坚持“区域扩张、行业拓展、服务延伸”的业务发展战略，巩固行业领先的市场地位，保持每年 15%以上营业收入的增长。具体计划为：

（一）区域扩张计划

基于我国公共关系市场向二线城市扩展的趋势，公司计划用三年的时间，在消费力较强、公共关系业务发展较快的二线城市建设全国性的业务拓展网络。公司很早就开始在全国进行地域布局，在全国建立了 24 个办事处，初步建立了全国业务网络，本次募集项目公司将对全国业务网络升级扩充，最终形成“四三七八十”（即 4 个层级、3 个业务核心、7 个业务骨干点、8 个业务支持中心、10 个市场拓展网络）的战略布局。

（二）行业拓展计划

公司将继续以 IT、汽车为核心业务行业，将 IT、汽车行业服务的成功经验扩展到医药、金融、日用消费品等行业，凭借公司的品牌优势拓展其他行业客户，并充分利用互联网等技术手段为客户业务拓展提供及时的服务支持，满足客户的不同需求。

（三）服务延伸计划

公司将继续专注于公共关系服务领域，将品牌管理作为核心业务，丰富品牌管理的服务种类，巩固在品牌传播、产品推广及危机管理等服务领域的优势，开拓企业社会责任、互动营销等新型服务；同时，重视对新兴传播方式的运用，加强互联网等新型传播

技术的研究，为客户提供更为丰富的服务内容；针对即将召开的世博会，提高在活动管理业务中的竞争力，利用本次发行的募集资金购置大型的专业活动设备，为客户提供更为全面的服务。视业务发展需要伺机向广告传媒业务延伸，最终形成一条完整的品牌整合营销服务链条，为客户提供全过程和全方位的品牌管理服务，确立公司在市场竞争中的优势地位。

（四）收购兼并计划

目前海外公共关系公司以平均每周一家的速度进行并购，逐渐形成多品牌跨国域的传播集团。而随着中国市场的拓展，海外公司也开始涉足国内市场，其进军国内市场常用的方式是通过并购方式。近3年，海外公司业已并购了多家本土公共关系公司，而随着海外公司并购热潮的到来，本土公司也逐渐意识到行业整合的趋势，开始通过并购方式增强自我实力，拓展自身的市场。因此，为了与同行业进行竞争，公司开始制定并实施收购和兼并战略。2008年，公司并购“欣风翼”品牌是公司收购战略的第一个案例。

（五）多品牌经营计划

公司现已拥有蓝色光标、智扬公关、欣风翼三个公共关系品牌，在业务的发展上，蓝色光标品牌定位于全国性、全业务服务品牌，其服务客户主要是IT、通讯、汽车、网络等行业的领军企业，既有联想、腾讯等国内企业，也有佳能、强生等国外品牌，在公共关系行业树立了行业龙头的地位；智扬公关品牌主要采取区域化发展策略，主要针对北京和深圳市场，其客户也主要针对国内企业，现在，智扬公关品牌已经成为深圳公共关系市场上口碑较好的品牌；欣风翼主要服务于手机通讯行业，以现场活动促销管理为主要的服务模式，在该领域内具有其自身的竞争优势。

在未来的2-3年里，公司将继续沿用上述品牌的定位，将蓝色光标打造成为国内公共关系行业的第一品牌，并通过市场扩张、区域扩张、服务延伸等发展战略发展巩固其市场地位；将智扬公关和欣风翼建设为区域品牌和细分行业品牌，并相应提高二者在区域周边和通讯手机相关行业的竞争优势，向外围拓展，进入其他区域和其他细分行业。同时，通过收购兼并等手段，整合各细分行业内的优势品牌。最终实现股份公司统一控制下，众多品牌独立运营的经营体系。

（六）组织完善计划

为了更好地优化公司运营机制，完善升级现有的企业体制，公司采取了以下具体措

施：

(1) 完善组织结构，使董事会决策、经营层管理、独立董事和监事会监督制衡的运行机制更为有效和谐，使股东利益价值最大化；

(2) 以绩效为导向，不断优化企业管理流程，建立高绩效学习型组织；

(3) 不断创新，进一步激发员工的积极性和创造性，以持续的创新能力和不断地为客户创造价值，赢得客户的信任和尊重，增强公司竞争力。

公司将继续加强内部管理，建立现代企业管理模式，加强企业文化建设，树立以“员工至上”为第一位的核心价值观，培育团结、进取、积极向上的企业文化，使公司的凝聚力、激励力、约束力、导向力、辐射力大大增强，有力地促进公司的进一步发展。

(七) 人员扩充和培训计划

公共关系行业属于知识密集型行业，公司在业务拓展的同时，需要不断扩充人员规模，提升人员素质。根据公司多年业内的管理经验，公司业务每增加 10%，业务人员的规模要相应增加 5%，因此，公司要达到每年 15% 的增长，公司将每年相应增加 8% 左右的业务人员。

本次募集资金区域业务拓展项目中，公司在人员的规模上将相应增加，将加强员工入职培训、定期培训等常规培训，建设人力资源培训中心，整体提升公司员工和各级管理人员的综合业务能力和领导能力，并计划采取员工分步循环培训方式，使人力资源培训中心成为公司人才成长的摇篮。公司将建设人员培训信息共享平台，提高员工的业务经验和知识，使员工能利用信息平台查询业务资料和案例，进行自我学习和提高。

七、本次发行拟投资项目将拓展公司成长空间

为实现专业的传播集团这一战略目标，公司提出了“区域扩张、行业拓展、服务延伸”的三大发展战略。2009 年 3 月 30 日，本次发行拟投资项目经公司 2008 年年度股东大会审议通过，“公共关系服务全国业务网络扩建项目”是公司“区域扩张”战略的重要基础，“活动管理业务拓展项目”是公司“服务延伸”战略的主要手段，“业务系统信息化管理平台项目”是支持“区域扩张”和“服务延伸”战略的技术基础，三个募集资金投资项目的投入将促进公司“行业拓展”战略的实施，为公司实现战略目标奠定坚实的基础。

(一) 全国业务网络扩建项目是公司“区域扩张”战略的重要基础

1、区域经济的崛起为公共关系提供了新的市场空间

随着区域市场的快速发展，区域经济成为经济发展一大亮点，特别是区域经济的辐射作用，使得市场需求从大城市向周边区域扩展，形成了一个由点到面的发展趋势。区域经济内一些知名的地方品牌企业，虽然在当地形成了较好的口碑，但由于在区域市场内缺乏有效的品牌管理，在区域经济内其品牌知名度、美誉度并未获得有效的传播。在当前经济形势力下，具有良好知名度和美誉度品牌已经成为企业发展和地区发展的重要标志，在区域市场打造区域知名品牌需求成为公共关系服务市场新的发展空间。公司“区域扩张”战略将公共关系服务从原来的单点市场拓展到多点面市场，需要在多区域设立业务支撑网点以满足并拓展区域市场的需求。

2、客户市场的区域开拓带动公共关系服务区域延伸

随着我国内需在大城市的饱和，我国消费能力开始从大城市向中小城市、从城市向农村转移，中小城市及农村市场越来越受到消费品企业的青睐。以“家电下乡”为例，随着国家各项扶农富农工程的推出，中小城市及农村市场成为未来消费品企业市场发展的重点；而消费品企业是目前公共关系公司的主要客户，因此势必带动公共关系服务向区域城市延伸。近几年公共关系服务已经呈现从一线城市向二、三线城市延伸的趋势；而作为公共关系公司，蓝色光标的业务发展战略必须遵守行业的发展规律，需要对业务网络进一步加大投入。

3、现有的业务支持网络为建设全国性的业务拓展网络奠定了基础

公司很早就开始在全国进行地域布局，并取得了很好的成效。从 1998 年起，公司先后建立了蓝色光标广州、上海全资子公司，致力于拓展区域业务；全资子公司智扬品牌也在深圳建立了分支机构；2005 年，公司总部设立“分区管理中心”，专门负责区域业务支持网络的建设；截至 2009 年 6 月底，公司在全国建立了 24 个办事处，负责管理公司在各地的媒体资源，为客户在各地的品牌推广活动提供支持，一方面扩大了公司业务开展的地域范围，另一方面也为公司未来的区域拓展奠定了框架基础。

目前由于资源和人员所限，该网络的作用仍受到一定的局限。分区办事处普遍存在人员少，设备少，办公面积小，营运资源缺乏的问题，业务拓展能力较弱。因此，针对未来区域市场的发展潜力，公司决定在目前区域业务支持网络的基础上，进一步加大资源的投入，根据各地市场的实际需求逐步将网络升级，将各个分区办事处扩展成为不同层次的业务拓展网点，形成“四三七八十”（即 4 个层级、3 个业务核心、7 个业务骨干

点、8 个业务支持中心、10 个市场拓展网络) 全国性业务拓展网络, 扩大公共关系服务的地域辐射能力, 最终建立起全国性的业务网络, 为客户提供更好的服务。因此, 建立全国营销网络、开拓区域市场已经成为公司提升竞争力和市场份额的一项长期战略。

(二) 业务系统信息化管理平台的建设是全国网络系统建设的重要基础设施

1、支持区域扩张发展战略的技术基础

全国业务网络扩建项目投入并建设完成, 将形成公司业务发展的全国网络框架。区域扩张战略的实施迫切需要强化内部信息系统, 做到全国数据采集、内部信息共享、资源统一调度、服务快速响应。

2、支持公司行业拓展战略的信息手段

作为国内行业龙头的公共关系服务公司, 公司客户不断增加, 已经从原先的 IT 行业向多行业多领域发展, 包括快速消费品、汽车、高档奢侈品、房地产、通信、金融、政府及非赢利组织等。客户的拓展对公司专业知识的需求和业务资源的整合都提出了更高的要求, 必须保证资源的综合利用和高度共享, 因此需要现代化的信息手段和集成化的管理平台。

3、支持公司服务延伸战略的信息手段

公司从成立之日起, 就帮助客户一步一步地取得竞争优势和商业成功。公司在保持原有业务的基础上, 根据市场营销传播服务的特点, 以现有传播服务为基础, 逐步将业务向上下游拓展, 建立能够为客户提供全方位服务的市场营销服务体系: 从媒体传播和现场活动的直接效果开始, 到影响目标受众的认知、观点和态度的反馈, 到最终促进企业品牌形象的提升和销售的增加, 一系列的服务延伸对市场信息的捕捉以及业务资源的整合都提出了更高的要求, 必须加强资源的深层挖掘和有效整合。

4、支持公司管理深化战略的有力工具

区域的扩张和拓展服务的延伸都要增加员工数量和提高业务能力, 而公共关系行业属于一种轻资产重人力的智力行业, 要形成一个配合默契、合力突出、行动敏捷、业务熟练的团队需要的是科学管理; 保证科学管理就必须做好科学系统的管理平台的建设。

(三) 活动管理业务拓展项目是公司实现“服务延伸”战略的重要手段

1、实现公司“服务延伸”的业务发展战略的需要

活动管理是以鲜明主题为中心，以现场活动为形式，以新闻价值为核心，以品牌传播和销售促进为最终目标，通过各种技术性策划引起公众注意的服务方式，活动管理服务是品牌整合营销服务链条的重要环节。在品牌整合营销服务链条中，公共关系服务和活动管理构成了紧密的上下游关系，许多公共关系服务中的策划和传播，需要通过活动管理的手段来实现。

公司提出的“区域扩张、行业拓展、服务延伸”发展战略，其中“服务延伸”的主要内容就是以现有品牌管理为基础，根据市场的需求，向咨询服务和活动管理服务延伸，最终形成一条完整的品牌整合营销服务链条，为客户提供全过程和全方位的品牌管理服务，确立公司在市场竞争中的优势地位。2006年，公司设立活动管理事业部负责活动业务的拓展，成立几年来公司活动管理业务增长迅速，成为推动公司业务增长的主要动力之一。因此，加大活动管理业务的投入，购置大型活动业务设备，可以提高公司的综合竞争力，是公司实现业务快速增长的必要措施。

2、设备购置可以节约成本，增加收益

活动管理业务依赖于策划方案和活动设备，而活动设备的档次直接决定了所承办活动的规格和活动展现的效果。由于活动管理所需设备的专业化和精细化，大型活动设备的体积庞大，调试复杂，运输成本较高，另外活动管理设备专用性较强，也导致大型活动设备的市场租赁价格较高。因此，市场上活动管理设备的租赁费用一般较高。

由于目前公司缺乏大型活动设备，需要向设备租赁方支付昂贵的租赁费用，活动设备租赁费用占活动管理成本的比重较大。随着活动管理业务的迅速增长，公司的设备租赁费用也会越来越大。因此，购买大型活动设备，有利于公司减少活动业务费用，实现替代效应。另外，公司通过购置活动设备，可以在满足自身活动管理业务的同时，适当为外界提供设备租赁服务，提高设备的利用率，提高公司的盈利能力。

近三年活动设备租赁费用一览表

年份	设备租赁费用(万元)	活动总支出(万元)	占活动总成本比例
2006年	310	710	43.66%
2007年	764	1200	63.67%
2008年	1,368	2,866	47.73%

3、国际活动带动活动管理业务的发展

国际活动对活动管理业务的影响巨大。2010年，世博会将在上海举办。作为国际重大活动，世博会将举办上万场发布会、推介会等活动，对活动管理的需求非常巨大，目前公司成为世博会主办者——上海世博局首批认证的世博会活动服务提供商之一，为了更好的抓住机遇，满足世博会的需要，加大活动管理的设备投入成为公司的必然选择。

八、华泰联合证券关于发行人成长性意见

经过对发行人全面的尽职调查，华泰联合证券认为：发行人在行业内具有明显的竞争优势，所处行业符合国家产业政策，近三年业绩突出，资产结构合理，盈利能力强，发展前景良好；健全的公司法人治理结构、广阔的行业发展前景、内在核心竞争优势和良好的企业文化使得发行人正处于高速增长期，并且精心选择的拟投资项目也将使发行人在未来较长时间继续延续这种趋势。

(本页无正文，为《关于北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市发行人成长性专项意见》之签章页)

保荐代表人： 武健 龚文荣
 武 健 龚文荣

2010年1月22日

保荐人（公章）：



2010年1月22日