

北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司

2016 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以2,142,205,542为基数，向全体股东每10股派发现金红利0.6535元（含税），送红股0股（含税），以资本公积金向全体股东每10股转增0股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

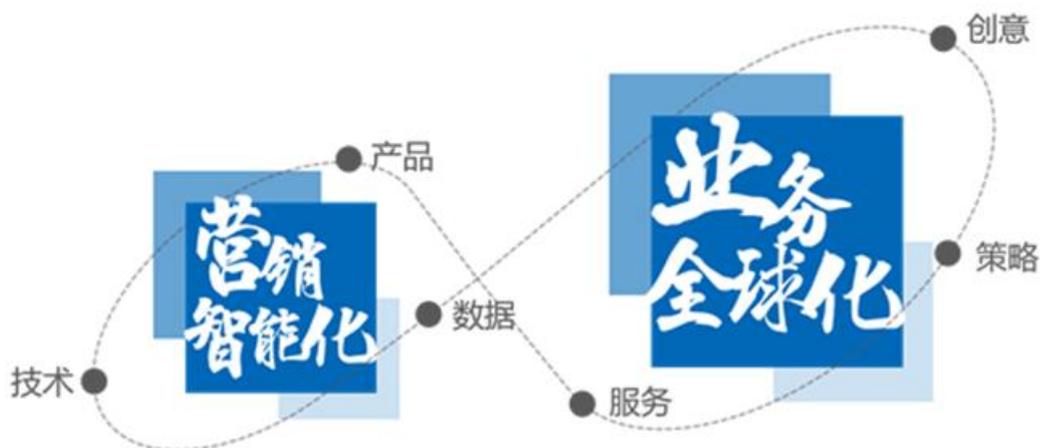
股票简称	蓝色光标	股票代码	300058
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	熊剑	项颀	
办公地址	北京市朝阳区酒仙桥北路9号（厂区）10幢二层 A5-01	北京市朝阳区酒仙桥北路9号（厂区）10幢二层 A5-01	
传真	010-56478000	010-56478000	
电话	010-56478871	010-56478871	
电子信箱	bfg@bluefocus.com	xiangjie@bluefocus.com	

2、报告期主要业务或产品简介

蓝色光标始终定位于致力为大型企业和组织提供品牌管理与营销服务，基于一站式商业智能营销服务通过端到端的整合营销解决方案，优化并促进广告主营销传播预算的最终消费者有效到达。

报告期内，公司“国际化、数字化”战略发展进一步夯实细化，通过创意、策略、服务以及长期累积的服务超过2,000

家品牌客户经验，不断强化产品、技术、数据的能力布局，实现营销智能化、业务全球化战略细化升级。



随着业务持续扩展，公司向数字营销全面转型的第一阶段宣告完成，转型升级迈入第二阶段——全力推动产品和服务的结合，技术与创意的融合，顺应智能营销发展趋势，协同、整合将是第二阶段发展重心，亦为实现公司综合发展核心驱动力，促进发展协同、业务协同等增长模式同时，推进服务整合、资源整合使各项服务资源有效连贯衔接，实现效果集中优势效应。



战略落实方面，基于第一阶段数字营销业务全面转型建设成果，数字化战略推进之第二阶段，营销智能化，战略细化方向明确，未来将智能营销服务聚焦“两块屏幕”+“自媒体”布局建设。两块屏幕主要聚焦于“移动互联网手机、互联网智能电视屏”，实现商业智能营销多入口、高协同、共场景的高触达率互动传播模式。同时来自于两块屏幕构建的跨屏互动、多屏同步的场景化体验传导，促进营销传播效果有效提升。公司持续高度关注传播趋势变化，中国已进入资讯多样化时代，媒体去边界化，内容传播本身也在去中心化，来自于用户对内容的需求凸显，垂直资讯的涌现促进了新闻内容去中心化，以自媒体为代表内容细分和媒体归类正在进行，营销传播服务发展可预见趋向性显著，基于数字化智能营销，以及顺应新智能传播时代发展趋势公司对此亦进行重点布局构建。

国际化战略方面，随着中国企业走出国门及跨国公司持续深耕中国市场，公司将继续通过“外延式”发展，以获取更多优质国际品牌客户，构建实现境外客户于国内深度服务，实现国际客户全球一站式同步服务。

根据贯穿第二阶段发展核心——协同、整合，顺应传播趋势，公司对现有业务板块升级细化，优化细分智能营销业务群组，以促进有效转化为基准划分成：智能服务、智能投放、智能产品，专注于核心大客户需求发掘，整合资源集中采购与管理，加强议价能力从而有效管控成本。基于大数据产品优化驱动，实现服务智能化、技术产品化，以推进智能营销业务升级。



智能服务（客户）：聚焦七个重点行业，整合协同公司各业务单元服务，如全案服务、电商服务、活动营销、娱乐营销等，深度发掘品牌客户需求空间以拓展业务机会。

智能投放（资源）：通过媒体集中采购，重点发力超级智能电视屏、移动手机屏、网红和自媒体流量三大平台。

智能产品（技术）：大数据生态驱动数据、技术、产品三项有机结合转化，通过业务流程促进产品平台化，提升作业规模效应和优化人力成本，以实现利润提升。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据
 是 否

单位：人民币元

	2016 年	2015 年	本年比上年增减	2014 年
营业收入	12,319,105,877.69	8,347,269,023.23	47.58%	5,979,088,239.00
归属于上市公司股东的净利润	639,675,474.26	67,702,211.39	844.84%	711,883,881.49
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	348,956,893.29	232,958,220.94	49.79%	609,382,752.70
经营活动产生的现金流量净额	-90,111,168.00	489,074,609.83	-118.42%	205,359,617.96
基本每股收益（元/股）	0.33	0.04	725.00%	0.38
稀释每股收益（元/股）	0.32	0.04	700.00%	0.37
加权平均净资产收益率	13.09%	1.63%	11.46%	16.96%
	2016 年末	2015 年末	本年末比上年末增减	2014 年末
资产总额	16,529,171,166.11	16,369,211,954.37	0.98%	11,370,173,092.27
归属于上市公司股东的净资产	5,422,183,724.63	4,215,781,834.30	28.62%	4,183,601,513.11

(2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	2,289,804,335.89	2,851,189,742.14	3,111,215,301.50	4,066,896,498.16
归属于上市公司股东的净利润	108,357,060.03	242,287,538.75	130,226,408.17	158,804,467.31
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	69,042,883.55	93,715,335.01	137,584,576.96	48,614,097.77
经营活动产生的现金流量净额	-124,620,432.76	-78,827,158.20	-208,895,073.84	322,231,496.80

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

报告期末普通股 股东总数	1,998,880, 258	年度报告披露日 前上一月末普通 股股东总数	82,328	报告期末表决权 恢复的优先股股 东总数（如有） （参见注 9）	0	年度报告披露日 前上一月末表决 权恢复的优先股 股东总数（如有） （参见注 9）	0	
持股 5% 以上的股东或前 10 名股东持股情况								
股东名称	股东性质	持股 比例	报告期末持 股数量	报告期内 增减变动 情况	持有有限售 条件的股份 数量	持有无限售 条件的股份 数量	质押或冻结情况	
							股份状态	数量
赵文权	境内自然人	7.26%	145,064,320	8,156,606	110,837,391	34,226,929	质押	99,173,718
陈良华	境内自然人	6.43%	128,606,281	8,156,606	8,156,606	120,449,675	质押	36,500,000
许志平	境内自然人	5.54%	110,671,336	8,156,606	8,156,606	102,514,730	质押	81,360,000
吴铁	境内自然人	5.51%	110,071,829	8,156,606	84,976,606	25,095,223	质押	45,948,000
李芃	境内自然人	4.76%	95,243,181	0	95,243,181	0	质押	58,740,464
孙陶然	境内自然人	4.03%	80,636,314	8,156,606	8,156,606	72,479,708	质押	71,351,806
王舰	境内自然人	2.84%	56,792,589	0	0	56,792,589	质押	32,430,000
中国建设银行一 华夏红利混合型 开放式证券投资 基金	其他	1.85%	36,980,737	0	0	36,980,737		
高鹏	境内自然人	1.75%	34,936,626	0	0	34,936,626		
中国银行一大成 蓝筹稳健证券投 资基金	其他	1.52%	30,306,886	0	0	30,306,886		
战略投资者或一般法人因配售 新股成为前 10 名股东的情况（如 有）（参见注 4）	无							
上述股东关联关系或一致行动 的说明	公司股东赵文权先生、许志平先生、陈良华先生、吴铁先生、孙陶然先生于 2016 年 3 月 15 日签署《一致行动解除协议》解除一致行动关系。公司实际控制人变更为赵文权先生。同日根据五方签署的《委托投票协议》，许志平先生、陈良华先生、吴铁先生、孙陶然先生分别将其投票权委托给赵文权先生形式，本次授权后，赵文权享有股份对应表决权总额占公司总股本的 27.14%。							
前 10 名无限售条件股东持股情况								
股东名称	报告期末持有无限售条件股份数量					股份种类		
						股份种类	数量	

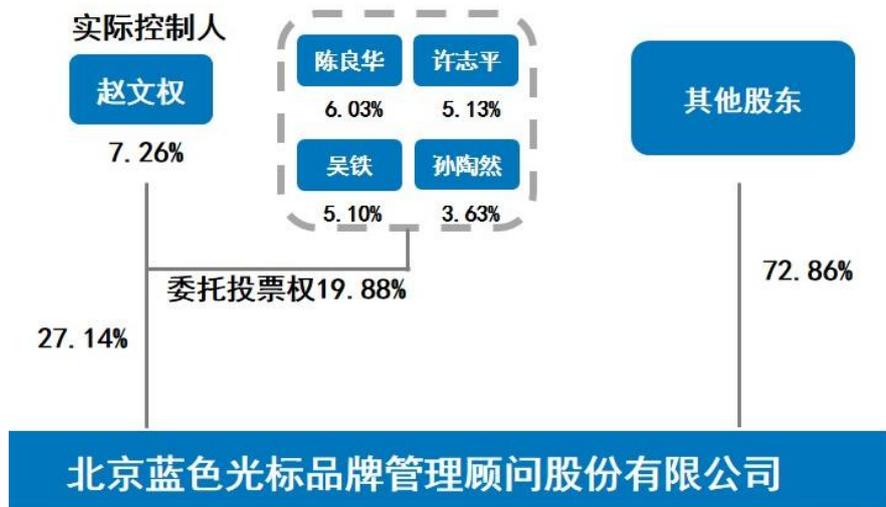
陈良华	120,449,675	人民币普通股	120,449,675
许志平	102,514,730	人民币普通股	102,514,730
孙陶然	72,479,708	人民币普通股	72,479,708
王舰	56,792,589	人民币普通股	56,792,589
中国建设银行—华夏红利混合型开放式证券投资基金	36,980,737	人民币普通股	36,980,737
高鹏	34,936,626	人民币普通股	34,936,626
赵文权	34,226,929	人民币普通股	34,226,929
中国银行—大成蓝筹稳健证券投资基金	30,306,886	人民币普通股	30,306,886
吴铁	25,095,223	人民币普通股	25,095,223
全国社保基金四一八组合	24,576,878	人民币普通股	24,576,878
前 10 名无限售流通股股东之间，以及前 10 名无限售流通股股东和前 10 名股东之间关联关系或一致行动的说明	公司股东赵文权先生、许志平先生、陈良华先生、吴铁先生、孙陶然先生于 2016 年 3 月 15 日签署《一致行动解除协议》解除一致行动关系。公司实际控制人变更为赵文权先生。同日根据五方签署的《委托投票协议》，许志平先生、陈良华先生、吴铁先生、孙陶然先生分别将其投票权委托给赵文权先生形式，本次授权后，赵文权享有股份对应表决权总额占公司总股本的 27.14%。		
参与融资融券业务股东情况说明（如有）（参见注 5）	无		

（2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

（3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券是

(1) 公司债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	到期日	债券余额（万元）	利率
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司可转换公司债券	蓝标转债	123001	2021年12月17日	140,000	0.50%
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司2016年面向合格投资者公开发行公司债	16蓝标债	112320	2021年01月19日	40,000	3.99%
报告期内公司债券的付息兑付情况	蓝标转债于2016年12月19日向债券持有人付息，付息方案为：每10张“蓝标转债”（面值1,000元）派发利息人民币5.00元。				

(2) 公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

根据中诚信证券评估有限公司于2016年6月13日出具的《信用等级通知书》（信评委函字【2016】跟踪205号），经中诚信证评信用评级委员会最后审定，维持公司“蓝标转债”本次债券信用等级AA，维持本次发债主体信用等级为AA，评级展望稳定。

根据中诚信证券评估有限公司于2016年6月13日出具的《信用等级通知书》（信评委函字【2016】跟踪206号），经中诚信证评信用评级委员会最后审定，维持公司“16蓝标债”本次债券信用等级AA，维持本次发债主体信用等级为AA，评级展望稳定。

(3) 截至报告期末公司近2年的主要会计数据和财务指标

单位：万元

项目	2016年	2015年	同期变动率
资产负债率	64.45%	66.75%	-2.29%
EBITDA 全部债务比	49.51%	51.30%	-1.79%
利息保障倍数	3.3949	2.6594	27.66%

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求是

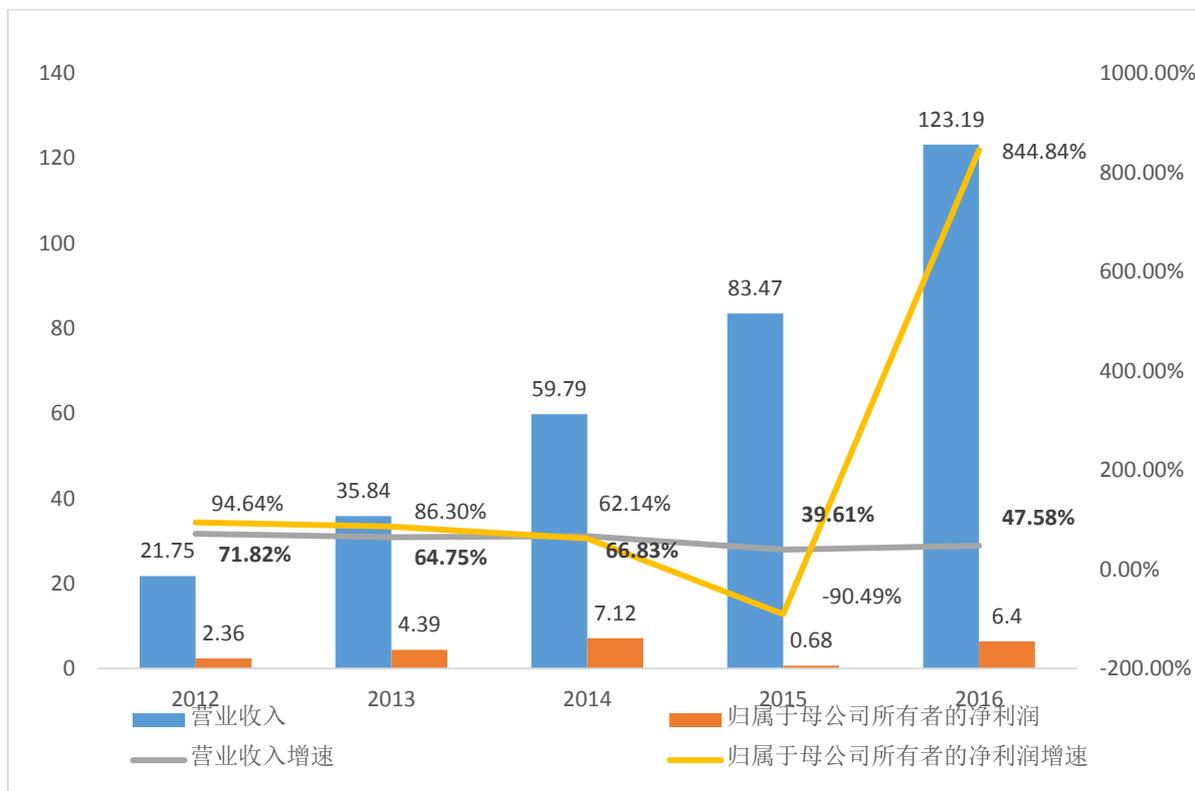
互联网营销业

(一) 公司整体发展概述及业务回顾

公司自确立“国际化、数字化”发展战略至今，业务数字化建设第一阶段已夯实完成，转型增长效果逐渐释放，公司业务稳步提升，数字营销收入较上年增长70.41%，已提前实现业务收入80%来自于数字营销的预期，其中移动互联业务增长符

合预期。报告期内境外业务收入稳健，占主营业务收入的37.71%。

报告期内公司实现营业收入1,231,910.59万元较上年同期增长47.58%；实现归属于上市公司股东的净利润63,967.55万元较之上年增长844.84%。



报告期内收入增长主要来自于广告板块业务增速动力持续释放效果逐步显现，同比上年增长92.03%，主要来自于多盟、亿动等公司移动互联业务板块增长贡献，达到阶段性预期效果。

报告期内，营业净利润稳中有升，净利润较上年有大幅增长的原因是：移动互联网广告业务盈利能力开始显现，财务费用进行有效管理较上年同期略有减少；本期公司通过转让部分壁合科技股票、处置“云图微动”股权等部分少数股权投资，确认部分投资收益；报告期内受汇率波动影响，公司确认部分汇兑收益。

此外，相比上年期末未确认重大长期无形资产及重大商誉减值，基于公司对收购西藏山南东方博杰广告有限公司产生的商誉及无形资产进行减值测试，并根据测试结果确认了2,399.62万元商誉和2,149.59万元无形资产减值；密达美渡传播有限公司由于业绩未达预期，公司在调整收购对价款的同时确认了953.40万元的商誉减值。

公司本期税息折旧及摊销前利润（简称“EBITDA”，EBITDA=营业利润+利息支出+折旧及摊销，营业利润不包含特殊事项，如长期资产减值等）进行核算确认，本期EBITDA为120,827.58万元，较上年同期86,399.66万元增长39.85%。

（二）公司所处行业地位

顺应国家“互联网+”发展趋势，公司自2013年实施推进“数字化、国际化”发展战略至今，战略实施进入第二阶段，即全面推进实现“营销智能化，业务全球化”业务布局构建。据国际专业机构排名结果显示，蓝色光标已进入全球传播集团前10名之列，成为国际营销传播各家机构排行中唯一一家来自中国的营销传播集团，并持续位居亚洲及国内行业首位。

Rank	LY	Holding company	Points
1	1	WPP	3404.8
2	2	Omnicom Group	3303.6
3	3	Publicis Groupe	2371.6
4	4	Interpublic Group	2039.9
5	6	Dentsu	319.7
6	5	Havas	311.1
7	9	MDC Partners	88.6
8	new	BlueFocus	84.3
9	8	Hakuhodo	69.3

Warc100: The world's best holding companies 2016 年 全球营销控股集团排名

TOP 10 GLOBAL
PR AGENCY RANKING 2016




2016	2015	Agency	HQ	Fee Income 2015 (\$)	Fee Income 2014 (\$)	Growth (Constant Currency)
1	1	Edelman ¹	USA	854,576,000	812,000,000	5.2%
2	2	Weber Shandwick ²	USA	775,000,000	720,000,000	7.6%
3	3	FleishmanHillard ³	USA	570,000,000	580,000,000	-1.7%
4	4	Ketchum ⁴	USA	530,000,000	515,000,000	2.9%
5	6	Burson-Marsteller ⁵	USA	480,000,000	477,000,000	0.6%
5	5	MSLGroup ⁶	France	480,000,000	482,000,000	-0.6%
7	7	Hill+Knowlton Strategies ⁷	USA	385,000,000	380,000,000	1.3%
8	8	Ogilvy PR ⁸	USA	347,000,000	321,000,000	8.1%
9	14	BlueFocus ⁹	China	245,055,843	179,214,216	36.7%
10	9	Golin	USA	227,000,000	213,500,000	6.3%

Holmes Report 2016: TOP 10 GLOBAL PR AGENCY RANKING 全球前10大公关前公司排名

Rank	Agency name	2015 Global Revenue	2014 Global Revenue	% Change	2015 Global Staff	2014 Global Staff	% Change	Revenue Per Staff 2015	Revenue per Staff 2014	% Change	HQ
1	Edelman*	\$854,576,000	\$812,300,000	5%	5,849	5,455	7%	\$146,106	\$148,909	-2%	Chicago
2	Weber Shandwick*	\$735,000,000	\$680,000,000	8%	4,300	4,000	8%	\$170,930	\$170,000	1%	New York
3	FleishmanHillard*	\$570,000,000	\$600,000,000	-5%	2750	2700	2%	\$207,273	\$222,222	-7%	St. Louis
4	Ketchum*	\$530,000,000	\$510,000,000	4%	2575	2500	3%	\$205,825	\$204,000	1%	New York
5	MSLGroup*	\$495,000,000	\$485,000,000	2%	3,025	3016	0%	\$163,636	\$160,809	2%	Paris
6	Burson-Marsteller*	\$450,000,000	\$450,000,000	0%	2500	2300	9%	\$180,000	\$195,652	-8%	New York
7	Hill+Knowlton Strategies*	\$380,000,000	\$380,000,000	0%	2700	2500	8%	\$140,741	\$152,000	-7%	New York
8	Ogilvy Public Relations*	\$353,000,000	\$300,000,000	18%	2550	2500	2%	\$138,431	\$120,000	15%	New York
9	Brunswick*	\$260,000,000	\$230,000,000	13%	980	900	9%	\$265,306	\$255,556	4%	London
10	BlueFocus*	\$245,055,844	\$179,214,216	37%	5622	5000	12%	\$43,589	\$35,843	22%	Beijing

PR Week 2016年全球公关代理商排名情况

(三) 互联网营销业务概述与回顾

移动广告产业链的参与者主要包括广告主/广告代理商、移动广告平台运营服务商、媒体主和终端用户等。公司移动互联网营销业务在该产业链中扮演着移动广告平台运营商的角色，是连接广告主与媒体主的中介。

公司移动互联广告业务板块基于强大的技术、大数据和服务能力，为客户提供整合的智能营销解决方案。旗下拥有多盟、亿动、蓝瀚互动等子品牌。

智能营销平台“DSP+Ad Network”介于媒体和广告主之间，通过对接各主流移动媒体和交易所的流量，并针对各行业广告主需求提供多样化智能营销系统和服务，从中获取差价或服务费作为营业收入。该平台支持RTB、API、SDK等多种模式与媒体或交易所对接以及导入流量。其中，自有平台导入数据或流量占比10.60%，第三方导入数据或流量占比89.40%。移动端覆盖用户数量近9.3亿，日均活跃用户数量约1.96亿。相关主要业务标准指标情况为：

转化率	点击率	展现率	日均报价笔数	日均成交笔数
0.45%-28%	1.60%	88.77%	2.91亿	0.8亿

优质媒体程序化广告平台属于SSP，在移动广告产业链上提供程序化交易服务，是连接广告主和媒体主的中介。程序化交易就是将媒体广告的交易过程自动化及程序化。它既包括在公开和封闭交易所中的实时竞价，也包括可以预定广告位库存或价格的直接购买或优先购买。

优质媒体程序化广告平台，自有平台导入数据或流量占比100%，第三方导入数据或流量占比0%。移动端覆盖用户数量近9.543亿，日均活跃用户数量约1.99亿。主要关键技术指标情况为：

点击率	展现率	每秒报价笔数	每秒成交笔数	日均报价笔数	日均成交笔数
1-3%	100%	3010	2004	1.56亿	0.97亿

公司移动互联业务按属性分类

按客户类型划分			
客户类型	实现收入(元)	客户数量	客户留存率
直客类	2,929,523,251	1801	62%
代理类客户类	1,938,392,774	305	69%
按终端划分			

终端类型	实现收入（元）	业务类别
移动端	4,867,916,025	程序化购买
按照合作媒体的类别划分		
媒体类型	采购金额（元）	采购计费模式
应用开发商	4,475,660,598	流量计费

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

公司自推进“国际化、数字化”发展战略至今，业务数字化建设第一阶段已夯实完成，转型增长效果逐渐释放，公司业务稳步提升，数字营销收入较上年增长70.57%，已提前实现业务收入方面80%来自于数字营销的预期，其中移动互联业务增长符合预期。报告期内境外业务收入稳健，占主营业务收入的37.71%。

报告期内，公司实现营业总收入1,231,910.59万元，较上年同期增长47.58%；实现归属于上市公司股东的净利润63,967.55万元，较上年同期变动844.84%。

报告期内收入增长主要来自于广告板块业务增速动力持续释放效果逐步显现，同比上年增长92.03%，主要来自于多盟、亿动等公司移动互联业务板块增长贡献，达到阶段性预期效果。

报告期内，营业净利润稳中有升，净利润较上年有大幅增长的原因是：移动互联网广告业务盈利能力开始显现，财务费用进行有效管理较上年同期略有减少；本期公司通过转让部分壁合科技股票、处置“云图微动”股权等部分少数股权投资，确认部分投资收益；报告期内受汇率波动影响，公司确认部分汇兑收益。

此外，相比上年期末未确认重大长期无形资产及重大商誉减值，基于公司对收购西藏山南东方博杰广告有限公司产生的商誉及无形资产进行减值测试，并根据测试结果确认了2,399.62万元商誉和2,149.59万元无形资产减值；密达美渡传播有限公司由于业绩未达预期，公司在调整收购对价款的同时确认了953.40万元的商誉减值。

公司本期税息折旧及摊销前利润（简称“EBITDA”，EBITDA=营业利润+利息支出+折旧及摊销，营业利润不包含特殊事项，如长期资产减值等）进行核算确认，本期EBITDA为120,827.58万元，较上年同期86,399.66万元增长39.85%。

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

本期主要新设子公司

名称	期末净资产	本期净利润
长春蓝色光标品牌顾问有限公司	999,992.44	-7.56
密达创造（天津）有限公司	-1,976,140.59	-1,976,140.59
BlueVision Interactive Limited	-18,910.69	-18,910.69
海南蓝标创业投资中心（有限合伙）	35,732,095.62	-4,267,904.38
欧泰谱（深圳）科技有限公司	3,516,626.26	1,021,626.26
先知数据科技（深圳）有限公司	-1,165,283.11	-1,165,283.11
北京东方博杰文化传播有限公司	1,287,655.48	-712,344.52
上海智扬唯美文化传播有限公司	4,735,990.67	-3,764,009.33