（上接B50版）

根据交易各方签署的《收购协议》、《利润补偿协议》，本次重组完成后，对飞利泰主要管理层的措施如下：

1、核心人员留任的承诺

本次交割完成后五年内，飞利泰的主要管理团队及技术团队人员不得发生重大变化（重大变化指变动数量在三分之一以上，含本数，下同），包括但不限于董事、监事、高级管理人员以及核心技术人员等。杜凡丁、周德贤需在本次交割完成后在飞利泰持续工作不少于五年，且在该期间内及离职后二年内不得开展与飞利泰存在同业竞争的业务，如在五年内离职或在上述期限内开展同业竞争活动，则杜凡丁、周德贤需承担本次交易总额10%的违约赔偿责任。

2、超额利润的业绩奖励

如果承诺期飞利泰实现的净利润总和高于整个承诺净利润的总和，则超出部分的70%作为奖励对价向截至2017年12月31日仍在飞利泰留任的管理层支付，奖励方案由飞利泰本次交易对方提报，经公司或中安消技术审核批准后实施。

奖励对价在飞利泰2017年《专项审核报告》披露后十个工作日内，由中安消技术从飞利泰实现的净利润中一次性以现金支付。

综上，独立财务顾问认为，公司通过以上条款实现对飞利泰原管理层的激励与约束，同时通过业绩奖励使其与上市公司利益绑定，共同做大做强公司业务。

3、补充披露情况

对于核心人员流失的风险，公司已在重组报告书“重大风险提示”、“第十一章 风险因素”中进行了补充披露：

六、深圳威大、飞利泰核心人员流失风险

深圳威大、飞利泰主要从事医疗净化工程业务和安防系统集成业务，核心管理人员与技术人员是维持其核心竞争力的关键因素，直接影响企业的持续盈利能力。在本次交易中，公司通过协议约定实现了对核心人员的约束，同时通过业绩奖励使其与上市公司利益绑定。但若其业务发展及激励机制不能满足核心员工的需要，未来不能排除核心人员流失的可能性，从而对公司持续盈利能力及核心竞争力产生影响。

问题10：上市公司曾在 2015 年 4 月收购卫安 1，其主要业务是在香港提供安保服务。草案披露，2015 年 8 月，澳门卫安收购杨敏祥持有的科卫保安 100%股权，科卫保安主要在香港提供人力安保服务。请公司补充披露：（1）澳门卫安收购科卫保安是否为关联交易，该次收购的估值，及对本次澳门卫安交易作价的影响；（2）结合安防企业的区域优势，公司发展规划分析澳门卫安收购科卫保安的原因。请财务顾问发表意见。

回复：

公司已就上述问题在重组报告书“第四章 本次交易标的基本情况”之“一、（十）、3、科卫保安”中进行了补充披露，补充披露情况如下：

（5）澳门卫安收购科卫保安是否构成关联交易

经核查，澳门卫安收购科卫保安前，科卫保安为杨敏祥100%持股的企业。经核查科卫保安的注册登记资料及涂国身出具的承诺函，涂国身与杨敏祥不存在关联关系，该次收购系双方协商达成。

因此，澳门卫安收购科卫保安不构成关联交易。

（6）澳门卫安收购科卫保安的估值及对本次交易中澳门卫安作价的影响

澳门卫安收购科卫保安时，科卫保安的估值为2,500万港币。

在对澳门卫安进行评估时采用收益法估值，对未来进行盈利预测时，没有预测科卫保安的未来盈利，而是将2500万港币的股权收购价款仍视同于评估基准日时所对应的相关资产科目，因此该次收购对澳门卫安的估值不产生影响。

（7）澳门卫安收购科卫保安的原因

澳门卫安为澳门知名的安保服务提供商，主要为位于澳门的中国银行、汇丰银行等大型金融机构、高端酒店、政府机构、高端零售商及其它商业客户提供优质的人力安保资源和现金押运服务。随着澳门经济出传统博彩旅游业向高端零售、高端餐饮、会展方面转型，金融、高端零售客户在香港、澳门两地的业务交流日益频繁，对服务的品质与服务范围均有了新的要求。

在此背景下，澳门卫安于2015年8月收购科卫保安，主要是基于如下原因：

1）科卫保安区域优势明显，实现跨市场的协同效应

科卫保安是香港少有的提供高端人力保安公司之一，凭借军事化的管理模式、高素质的保安团队为客户提供不同国籍、高质量的定制化保安服务。科卫保安多年来与香港地区商界及各专业团体保持了良好的关系，以优质的服务享誉全香港，服务于香港商界各大著名企业或私人会所。

澳门卫安客户主要为中国银行、汇丰银行等大型金融机构、高端酒店、政府机构、高端零售商，鉴于澳门卫安与客户在长期合作中建立的良好信任关系，上述客户在香港、澳门两地众多的分支机构成为澳门卫安潜在的目标市场。

澳门卫安受制于牌照及服务能力的地域限制，长期以来服务均局限于澳门地区。通过收购科卫保安，澳门卫安将利用澳门卫安客户优势，结合科卫保安在香港地区的声誉与业务基础，发挥协同效应，实现业务领域的扩张。

2）进军高端人力保安服务，符合公司发展规划

科卫保安的注入，是澳门卫安进军高端人力保安市场的第一步，扩大了业务规模与市场竞争力，实现了外延式增长，符合澳门卫安发展高端人力保安服务的战略目标。

科卫保安主要在香港提供高端人力安保服务，具体分为踢喀护卫服务与华人护卫服务，聘用高素质的不同国籍保安人员以符合市场及客户的需求。所聘人员均经严格挑选，并通过军事化的部队纪律培训，注重保安人员的纪律、仪表及行为，能为客户提供高质量、多元化的服务。通过收购科卫保安，能进一步完善澳门卫安服务品质，为客户提供更高端、更多元化的服务。

同时，科卫保安严格的军事化的培训体系与管理理念，能进一步完善澳门卫安保安人员培训与管理体系，提高澳门卫安保安人员素质，提升澳门卫安服务品质。

（8）中介机构意见

独立财务顾问认为：澳门卫安收购科卫保安不构成关联交易，澳门卫安收购科卫保安的估值对本次澳门卫安交易作价不构成影响，科卫保安区域优势明显，收购科卫保安符合澳门卫安发展战略。

问题11：草案披露，标的资产深圳威大曾于 2013 年 11 月进行了相关股权转让。请公司补充披露该次股权转让与本次深圳威大交易作价是否存在差异，如存在，补充披露差异理由。请财务顾问和评估师发表意见。

回复：

公司已就深圳威大2013年11月股权转让的价格与本次深圳威大交易作价的差异分析在重组报告书“第四章 本次交易标的基本情况”之“三、（二）、9、2013年11月第二次股权转让”进行了补充披露：

2013年11月，陈耀武将其持有股权转让给李志平，李志平将其持有的部分股权分别转让给王育华及徐宏，交易价格情况如下：

	交易价格（亿/出资额）	数量（万出资额）	交易金额（万元）
陈耀武转李志平	1	9.9	9.9
李志平转王育华	1.53	225	345.32
李志平转徐宏	1.53	90	138.13

根据本次交易签订的《深圳威大收购协议》，深圳威大100%股权作价2.6亿元，约为5.78元/出资额。2013年11月股权转让的交易作价与本次交易作价存在差异。

根据李志平提供的说明和陈耀武出具的确认函，陈耀武所持有的深圳威大股权，系由李志平提供出资，并奖励给陈耀武，陈耀武本人并未实际出资。2013年11月，陈耀武由于个人原因，从深圳威大离职，经双方友好协商，陈耀武将其持有的股权转让给李志平，转让价格为9.9万元。

根据对李志平的访谈，王育华与李志平为表兄弟关系，徐宏与李志平为多年的好友，关系密切，所以该次转让价格较低。但本次转让为交易双方真实意愿表达，不存在代持等其他利益安排。

本次交易深圳威大100%股权作价2.6亿元，系综合考虑深圳威大发展前景、深圳威大原有股东与上市公司签订的《深圳威大利润补偿协议》、并购完成后，上市公司能快速切入智慧医疗专业工程承包领域，与公司目前业务形成产业协同等多方因素，并根据立信评估出具的《资产评估报告》（信资评报字2015第381号）对深圳威大截止2015年6月30日的评估值，经各方协商确定的。

综上所述，独立财务顾问认为，2013年股权转让作价与本次交易作价产生差异，系两次交易的背景及定价基础不同。2013年11月股权转让，交易价格系各方协商同意，交易行为亦得到了各方的确认，股权不存在纠纷或潜在纠纷，不会对本次交易产生重大影响。

立信评估认为，2013年股权转让作价与本次交易作价产生差异，是因为两次交易的背景、交易时点、公司的发展阶段等定价基础不同。

三、关于标的资产的行业状况及经营风险

问题12：请公司补充披露 4 个标的资产前 5 大客户分别占收入的比重。若标的公司存在客户集中，请公司结合订单签订的可持续性补充披露收入集中的具体风险及应对措施，并进行重大风险提示。请财务顾问发表意见。

回复：

1、补充披露标的资产前五大客户占比

（1）澳门卫安

公司已就澳门卫安最近两年及一期前五大客户占营业收入的比重在重组报告书“第四章 本次交易标的基本情况”之“一、（十二）、4、（1）收购标的对前五名客户的销售情况”进行补充披露：

（1）收购标的对前五名客户的销售情况

单位：元

序号	客户名称	与公司关联关系	2015年1-6月销售收入	占营业收入的比重
1	Macrotech Security & Management Services	无	5,029,186.15	11.81%
2	RLG MACAU LIMITED	无	3,443,682.52	8.09%
3	Casino Greek Mythology (Macau)	无	3,357,233.28	7.88%
4	Guardforce Limited	是	2,596,880.60	6.10%
5	BancoWeng Hang, S.A.R.L.	无	2,193,686.64	5.15%
	合计		16,620,669.19	39.03%
序号	客户名称	与公司关联关系	2014年度销售收入	占营业收入的比重
1	Macrotech Security & Management Services	无	7,499,182.30	9.81%
2	RLG MACAU LIMITED	无	5,984,823.50	7.83%
3	Casino Greek Mythology (Macau)	无	5,824,914.50	7.62%
4	Bank of China Limited Macau Branch	无	4,106,298.50	5.37%
5	BancoWeng Hang, S.A.R.L.	无	4,062,855.78	5.31%
	合计		27,478,074.58	35.94%
序号	客户名称	与公司关联关系	2013年度销售收入	占营业收入的比重
1	Venetian Cotai Limited	无	7,071,840.00	9.51%
2	RLG MACAU LIMITED	无	5,779,872.10	7.78%
3	Macrotech Security & Management Services	无	5,560,693.00	7.48%
4	Instituto Para OsAssuntosCivicos E Municipais	无	5,155,467.70	6.94%
5	Casino Greek Mythology (Macau)	无	5,077,157.09	6.83%
	合计	无	28,645,029.89	38.54%

上述客户中，Guardforce Limited与澳门卫安实际控制人均为涂国身先生，为同一控制下的企业。除此之外，澳门卫安与上述客户之间不存在关联关系。澳门卫安董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方或持有本公司5%以上的股东未在上述客户中拥有权益。由上表可知，澳门卫安前五大客户占各年度营业收入占比均未超过40%，不存在集中的情况。

（2）深圳迪特

公司已就深圳迪特最近两年及一期前五大客户占营业收入的比重在重组报告书“第四章 本次交易标的基本情况”之“二、（十一）、6、（1）收购标的对前五名客户的销售情况”进行补充披露：

（1）收购标的对前五名客户的销售情况

单位：元

序号	客户名称	与公司关联关系	2015年1-6月销售收入	占营业收入的比重	客户性质
1	GrupoNucleo	无	5,851,484.43	25.46%	分销商
2	More Products S.A.	无	3,362,989.40	14.63%	批发商
3	Technaxx Deutschland GmbH & Co. KG	无	3,034,694.60	13.21%	批发商
4	香港思蒙实业有限公司	无	2,718,787.53	11.83%	贸易商
5	harbor freight TOOL	无	1,593,967.40	6.94%	零售商
	合计		16,561,923.36	72.07%	
序号	客户名称	与公司关联关系	2014年度销售收入	占营业收入的比重	客户性质
1	GrupoNucleo	无	6,414,259.14	13.95%	分销商
2	PT.ACE Hardware Indonesia Tbk.	无	4,262,007.48	9.27%	零售商
3	Technaxx Deutschland GmbH & Co. KG	无	4,231,573.98	9.20%	批发商
4	COPIKON	无	4,187,235.91	9.11%	批发商
5	More Products S.A.	无	3,497,073.58	7.61%	批发商
	合计		22,592,150.09	49.14%	
序号	客户名称	与公司关联关系	2013年度销售收入	占营业收入的比重	客户性质
1	More Products S.A.	无	4,890,251.20	30.04%	批发商
2	COPIKON	无	2,734,848.60	16.80%	批发商
3	Level ONE	无	2,451,984.49	15.06%	分销商
4	PT.ACE Hardware Indonesia Tbk.	无	1,887,821.06	11.60%	零售商
5	GrupoNucleo	无	1,397,381.27	8.58%	分销商
	合计		13,362,286.62	82.08%	

深圳迪特与上述客户之间不存在关联关系。深圳迪特董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方或持有本公司5%以上的股东未在上述其它客户中拥有权益。

深圳迪特2015年1-6月、2014年度和2013年度前五大客户占主营业务比例分别为72.07%、49.14%和82.08%，客户相对集中。主要是由于深圳迪特营销模式及所处发展阶段决定的。深圳迪特成立时间较短，销售渠道主要通过海外分销商、批发商、零售商和贸易商将产品销往各地区专类店、商超及销售网点，因此客户主要集中在各地区分销商、批发商、零售商和贸易商，较为集中。

深圳迪特针对收入较为集中风险，采取以下应对措施：

1）顺应市场趋势，积极调整产品结构

近年来，深圳迪特根据市场情况调整产品策略，在保证DVR套装的销售增长的同时，加大毛利率更高的监视器套装及网络摄像机等新产品的销售力度，公司监视器套装及网络摄像机等新产品订单将持续增加。

该产品结构的调整一方面满足了客户新的需求，同时也符合民用安防产品市场定制化、细分化、多样化的发展趋势，同时提高了公司的盈利能力。

2）继续拓展海外市场，扩展海外营销网络，海外订单将持续增加

海外民用安防市场前景非常广阔，海外民众对安全意识也是高于国内用户的，消费者采购需求强烈，对网络化智能化等创新型的安防产品接受度高。根据相关资料统计民用安防产品在国外的普及率达到70%以上。

深圳迪特非常清楚客户对产品与市场的关注点，以其专业化营销与技术支持服务，已经赢得国内外各合作伙伴的支持与推荐。深圳迪特国外民用安防市场营销渠道也会随着不断创新的技术与产品服务，得到深层次的延伸与拓展，海外订单将持续增加。

针对未来国外民用由传统贸易向B2C、O2O等创新模式的发展趋势，迪特积极尝模式创新，深度挖掘市场需求与消费者特点。在产品设计，软件应用如即插即用，增强客户体验，导入性价比高的差异化产品与服务，进一步拓展市场占有份额，获取更多海外订单。

3）打造自有品牌，抢占国内民用安防产品市场

目前国内民用安防市场尚处于萌芽阶段，民用安防在欧美的普及率高达70%以上，而国内市场基本处于初期阶段。

近年来，随着国家政策的推动与全民安防意识的增强，我国民用安防需求迅速膨胀，市场启动期产值估算就在600 亿以上。和商用安防相比，民用安防产品不再仅仅满足于防盗和录像功能，而更加突出多功能、简单实用、个性化。除了能够防盗外，还要能满足个人消费者远程操控、家人看护、主动报警、智能防盗的要求。

国内的竞争对手在民用安防领域投入力度并不大，大部分竞争对手还是以专业安防为主，国内民用安防的市场竞争态势还是以同质化竞争为主，市场混乱，再加上同行前期都是以专业类安防运营服务为主，营销渠道并不通畅，需要一定时间完成布局铺展。

深圳迪特将积极打造自有品牌，建立自己的营销渠道。凭借其对市场需求的深刻理解，可以实现更有针对性的设计，进而促进产品在国内民用安防市场的销售。深圳迪特在国内整合了多家安防产品生产合作商，并根据深圳迪特的产品设计进行生产。通过独特的整合商业模式，深圳迪特实现了快速响应，灵活变通的市场应对机制，构建了全方位、立体化的产品线，得以满足不同类型、层次和区域的家庭和商务客户需要。

综上，独立财务顾问认为，由于深圳迪特成立时间较短，目前规模尚处于起步阶段，客户较为集中。随着海外营销网络的不断成熟，国内市场的开拓，深圳迪特发展空间巨大，未来持续取得订单能力较强，能较好的应对客户较为集中风险。

（3）深圳威大

公司已就深圳威大最近两年及一期前五大客户占营业收入的比重在重组报告书“第四章 本次交易标的基本情况”之“三、（十一）、6、最近两年及一期销售情况”进行补充披露：

（1）收购标的对前五名客户的销售情况

单位：元

序号	客户名称	与公司关联关系	2015年1-6月销售收入	占营业收入的比重
1	深圳市宝安区妇幼保健院	无	29,618,384.40	57.49%
2	深圳市宝安疾控中心	无	11,969,631.38	23.23%
3	广东省江门市五邑中医院	无	7,734,847.87	15.01%
4	索尼电子华南有限公司	无	1,015,512.18	1.97%
5	江西中医学院附属医院	无	731,723.10	1.42%
	合计		51,070,098.93	99.13%
序号	客户名称	与公司关联关系	2014年度销售收入	占营业收入的比重
1	深圳市宝安区妇幼保健院	无	16,155,482.40	26.71%
2	四川省南充中心医院	无	8,962,250.00	14.82%
3	湖南省祁东县中医院	无	8,606,612.89	14.23%
4	广东省江门市五邑中医院	无	8,057,133.20	13.32%
5	福建省漳浦县中医院	无	7,581,855.01	12.54%
	合计		49,363,333.50	81.62%
序号	客户名称	与公司关联关系	2013年度销售收入	占营业收入的比重
1	四川省南充市中心医院	无	11,300,000.00	21.78%
2	株洲市第二医院	无	11,802,800.98	22.75%
3	福建省漳浦县中医院	无	10,800,000.00	20.82%
4	唐山新天地房地产开发有限公司	无	7,772,418.00	14.98%
5	昆明市中医医院呈贡新区医院	无	3,710,037.10	7.15%
	合计		45,385,256.08	87.47%

经核查，深圳威大与上述客户不存在关联关系，深圳威大董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方或持有深圳威大5%以上的股东在上述客户中不存在拥有权益的情况。

2013年度、2014年度、2015年1-6月，深圳威大前五大客户收入占营业收入比例较高，分别为87.47%、81.62%、99.13%，占比较高，主要系医疗工程行业合同金额较大，从对深圳威大综合效益贡献的角度考虑，管理层将深圳威大资源倾斜于规模较大、经济效益较高的项目。报告期内，深圳威大主要客户均为大型的医院及医疗单位，客户信誉良好。虽然深圳威大前五大客户收入占营业收入比例较高，但各年度内，深圳威大的主要客户不尽相同，不存在严重依赖单一客户的情况。

虽然深圳威大所处行业市场前景较好，其自身也具有较好的竞争能力，若未来深圳威大市场开发不力，将对其可持续发展带来一定影响。此外，若某一年度，主要客户的建设计划有变动或资金状况不善，导致工程进度或回款情况受到影响，也会给公司的经营带来一定影响。

针对上述情况，深圳威大拟采取如下措施：

1）加强市场开拓

深圳威大已在北京、上海、成都、沈阳、福州、广州、长沙、烟台、重庆、昆明、郑州、石家庄、新疆、广西等地设立14个分支机构。未来深圳威大将根据自身业务的发展不断加强市场开拓，采用绩效工资制度激励市场销售人员，加强市场人员的积极性。同时，深圳威大依托多年的行业经验和较强的技术实力，提高工程质量，增加服务范围，提升客户满意度，树立良好的口碑。

2）加强应收账款管理

深圳威大将进一步加强对应收账款的管理，严格执行既定的的管理制度，加强应收账款的回收。同时，按照会计政策，充分计提应收账款坏账准备，以防止因主要客户的建设计划变动或资金状况不善，导致工程进度或回款情况受到影响，给深圳威大带来的财务风险。

3）人员及团队建设

深圳威大将不断建立和完善公司的人员和团队建设制度，包括建立人才引进机制，人才梯队建设机制和人才培养机制；同时配合激励机制，不断吸引人才，提高公司的销售能力、研发能力和综合服务能力。

4）订单签订的可持续

近年来，深圳威大所处行业，随着我国国民经济水平的不断提高以及城镇化的持续深入，发展迅速。深圳威大所处行业市场需求空间巨大，呈快速增长趋势。深圳威大是国内少数能够同时实施医疗净化工程、生物安全实验室和医院智能化系统集成的企业，市场竞争优势明显，获取订单的能力较强。

2015年6月30日至本回复出具之日，深圳威大新签订单情况如下：

序号	客户名称	项目名称	合同签订时间	合同金额（亿）
1	中建三局第二建设工程有限责任公司	江夏第一人民医院整体搬迁工程	2015年7月1日	10,658,295.70
2	巴中市中润医疗投资管理有限公司	巴中第一人民医院净化、医气护理呼叫系统工程	2015年7月13日	42,000,000.00
3	沧州市妇幼保健院	沧州市妇幼保健院综合楼净化系统工程	2015年9月18日	11,588,631.69
合计		-	-	65,246,927.39

2015年6月30日至本回复出具之日，深圳威大新中标项目情况如下：

序号	客户名称	项目名称	中标时间	合同金额（亿）
1	巴中市中润医疗投资管理有限公司	巴中市第一人民医院医疗设备供应及特殊科室建设工程施工项目	2015年8月20日	205,122,000.00
2	深圳市建筑工务署管理中心	深圳市慢性病防治中心门诊、科研实验楼、手术室、洁净及气体系统工程设备采购与安装	2015年10月26日	13,760,119.69
合计		-	-	218,882,119.69

综上所述，独立财务顾问认为，报告期内，深圳威大主要客户均为大型的医院及医疗单位，客户信誉良好，虽然深圳威大前五大客户收入占营业收入比例较高，但各年度内，深圳威大的主要客户不尽相同，不存在严重依赖单一客户的情况。同时，深圳威大所处行业发展前景良好，获取订单能力具有持续性，能较好的应对客户较为集中的风险。

（4）飞利泰

公司已就飞利泰最近两年及一期前五大客户占营业收入的比重在重组报告书“第四章 本次交易标的基本情况”之“四、（十一）、6、（1）收购标的对前五名客户的销售情况”进行补充披露：

（1）收购标的对前五名客户的销售情况

单位：元

序号	客户名称	与公司关联关系	2015年1-6月销售收入	占营业收入的比重
1	中国邮储银行股份有限公司云南省分行	无	6,076,003.93	17.29%
2	云南省公安厅禁毒局	无	5,497,758.00	15.65%
3	勐腊县公安局	无	3,783,086.66	10.77%
4	西双版纳傣族自治州公安局	无	3,600,000.00	10.25%
5	临沧市公安局交通警察支队	无	3,357,780.35	9.56%
	合计		22,314,628.94	63.51%
序号	客户名称	与公司关联关系	2014年度销售收入	占营业收入的比重
1	昆明市公安消防支队	无	7,555,698.87	18.46%
2	云南省监狱管理局	无	4,260,000.00	10.41%
3	红河哈尼族彝族自州公安局	无	4,223,277.44	10.32%
4	云南省大理白族自治州气象局	无	3,173,466.28	7.75%
5	玉溪市防震减灾局	无	3,045,030.16	7.44%
	合计		22,257,472.75	54.39%
序号	客户名称	与公司关联关系	2013年度销售收入	占营业收入的比重
1	云南国资昆明经开区产业开发有限公司	无	6,184,006.28	10.12%
2	云南省国家税务局	无	6,031,625.80	9.88%
3	云南省蒙自市公安局	无	4,473,144.07	7.32%
4	富源县公安局	无	3,600,000.00	5.89%
5	西双版纳州公安边防支队	无	2,982,102.38	4.88%
	合计		23,270,878.53	38.10%

飞利泰与上述客户之间不存在关联关系。飞利泰高级管理人员、核心技术人员、主要关联方或股东未在上述其它客户中拥有权益。

由上表可知，飞利泰客户较为集中，主要是由飞利泰主要客户群体及业务类型决定的。飞利泰是西南地区一家专业安防系统集成商，专注于安防指挥中心系统、音视频会议系统及弱电智能化集成系统建设，为中国西南地区少数能完成公安系统指挥中心完整设计的系统集成商之一。该类业务专业性较高，应用范围主要集中在公安、法院、民政、国防等政府部门，客户类型较为集中。同时，受制于资金规模有限，系统集成业务需要大量资金开展业务，飞利泰目前业务范围也主要集中在西南地区，从而造成客户相对集中的状况。

飞利泰能够较好地应对其客户较为集中的风险，具体情况如下：

1）行业地位显著，市场需求旺盛

基于飞利泰专业的业务能力与储备项目情况，飞利泰未来几年发展势头良好，持续获得订单的能力较强。以后年度的增长点主要包括以下几个方面：

①原有系统的高清升级改造：原有系统均为模拟标清系统，现均需要改造为高清数字系统，将会带来大量的改造工程。

②指挥中心：由于社会进步及安全问题代来的各政府部门均需建设指挥中心，现云南省共16个州市以及129个县，现指挥中心只在公安部门建立，并且只有16个州市建立了高清系统，129个县需建立高清系统可实现全省高清视频联网。

原来无指挥中心建设需求的政府部门现也提出建设需求，比如交通、医疗、地震、气象、水利、安全生产、会展等部门均提出指挥中心高清系统建设需求。

③视频会议室：根据政府提倡降低办公费用与出差费用，视频会议可以大大减小开支，压缩成本，提高效率，现云南省内所有行政机关均未建立完善的视频会议系统。

在云南省范围内，飞利泰公司在智慧指挥中心工程、多媒体电子会议工程的市场占有率名列前茅。在多年的经营过程中，飞利泰公司始终将质量作为一切经营活动的重中之重，不断加强和改进工程施工，获得了业内广泛的认可，业内口碑极佳。经过多年的积累，和政府部门建立了很好的合作关系

飞利泰为建筑智能化工程专业承包壹级资质企业，使得飞利泰公司具备竞标建筑智能化工程大型总包项目的资格，弱电智能化项目是飞利泰公司未来收入快速增长的突破口。目前飞利泰已经中标云南省消防总队项目，为云南省应急救援指挥中心智能办公中心建设设计与施工一体化项目，预计合同金额697.65万元

2）储备项目充足，未来订单储备有保障

截至2015年6月30日，飞利泰已签订合同、尚未完工的项目（含已中标、合同签订中项目）的合同金额合计4,556.72万元，均尚未确认收入，占2015年7-12月营业收入盈利预测96.58%。飞利泰指挥中心及视频会议室系统、弱电智能化工程项目工期一般较短，预计年内正常均可实现确认收入。具体如下：

单位：元

序号	项目名称	合同金额
1	省地震局应急指挥中心技术系统建设项目	515,390.00
2	昆明市公安局禁毒支队 视频会议室”建设项目	114,909.99
3	玉溪市公安局指挥中心暨市级监控中心大厅改造项目（三标段）	4,779,800.00
4	玉溪市公安局指挥中心暨市级监控中心大厅改造项目（一标段）	2,449,601.00
5	昆明滇池国际会展中心安保指挥中心建设项目设备集成及安装	9,329,870.00
6	昆明迅图国际研发中心智能化系统建设项目工程	6,623,300.56
7	云南省地震局应急指挥中心技术系统建设项目补充合同	50,000.00
8	元江县防震减灾局应急指挥平台技术系统建设项目	381,400.00
9	澄江县防震减灾局应急指挥平台技术系统建设项目	372,800.00
10	新平县防震减灾局应急指挥平台技术系统建设项目	750,700.00
11	峨山县防震减灾局应急指挥平台技术系统建设项目	785,000.00
12	华宁县防震减灾局应急指挥平台技术系统建设项目	750,200.00
13	易门县防震减灾局应急指挥平台技术系统建设项目	658,500.00
14	江川县防震减灾局应急指挥平台技术系统建设项目	843,300.00
15	滇中产业聚集区公安局指挥中心和视频会议智能化建设项目	1,475,200.00
16	云南省中小河流水文监测系统丽江分局中心机房及会商室建设项目(新中标)	2,490,053.00
17	玉溪市公安局刑侦信息研判室建设项目（新中标）	570,000.00
18	云南省花灯剧院有限责任公司民族乐团摄录播系统（新中标）	420,000.00
19	云南省环境保护厅 数字环保”项目省厅大屏幕显示系统补充协议	71,700.00
20	大理气象局增补合同	62,700.00
21	云南省公安厅国保总队高清视频设备增配项目	78,066.00
22	南涧气象局人影作业指挥系统建设采购项目	1,474,044.83
23	云南省地震应急互联互通协同平台建设项目-互联互通支持平台系统集成	648,200.00
24	云南省环境保护厅 数字环保”-省厅大屏显示系统	1,054,986.36
25	云南省公安厅信息资源共享系统建设项目中的 指挥协调系统”采购项目	985,000.00
26	云南公安厅信息化展台	520,000.00
27	云南公安厅展示厅改造	336,000.00
28	云南省消防总队（新中标）	6,976,513.92
	合计	45,567,235.66

注：新中标项目由于合同在签订中，按照中标金额列示。

3）飞利泰项目储备充足，未来订单有保障

飞利泰公司的客户包括云南省公安系统共12个总队，分别为：交通警察总队、森林警察总队、边防总队、消防总队、经侦总队、治安总队、禁毒总队、高速公路交巡警支队、刑侦总队、网安总队、技侦总队、反恐总队。并且飞利泰公司业务与16个州市129个县及省厅都有非常良好的业务合作关系。同时与法院、气象、水利、地震、金融、政府应急部门等省级单位都有良好的业务合作关系。

在云南省范围内，飞利泰公司在智慧指挥中心工程、多媒体电子会议工程的市场占有率名列前茅。

截至重组报告书出具日，飞利泰已参与云南省水文水资源局、大理州地政局、曲靖市地震局、个旧市公安局等多个项目的投标，云南省公安局、云南省中缅边境维稳指挥部、昆明市公安局、德宏州公安局等多个项目已进入方案设计阶段及政府采购流程。飞利泰在投标项目、储备项目预计合同金额合计7,388万元。

综上，独立财务顾问认为，飞利泰客户较为集中主要是由于客户类型相对集中与发展规模决定的。结合飞利泰行业地位及储备项目情况，飞利泰未来发展前景良好，获取订单能力具有持续性，能较好的应对客户较为集中的风险。

2、补充披露客户集中风险

公司已就客户集中风险，在重组报告书“重大风险提示”、“第十一章 风险因素”中进行了补充披露：

七、客户相对集中风险

2015年1-6月、2014年度和2013年度，本次交易标的深圳迪特前五大客户销售收入占营业收入比例分别为72.07%、49.14%和82.08%，深圳威大前五大客户销售收入占营业收入比例分别为99.13%、81.62%和87.47%，飞利泰前五大客户销售收入占营业收入比重分别为63.51%、54.39%和38.10%，来自主要客户的销售收入占营业收入的比重相对较高，存在客户相对集中的风险。若某一年度，主要客户的建设计划有变或资金状况不善，导致工程进度或回款情况受到影响，也会给公司的经营带来一定影响。

问题13：草案披露，深圳迪特的经营中，OEM/ODM 订单占比较大，但报告书同时披露深圳迪特主要客户为世界各地知名的大型商超及当地大型分销和批发商。请公司结合标的资产前五大客户情况，补充披露深圳迪特是否存在直接客户和最终客户的差异。

回复：

在国外，零售商超及零售店铺在商场中出售自有品牌的产品是较为常见的一种现象，这些商超及店铺通常本身不具备生产能力，通过向厂商进行OEM/ODM采购的方式取得商品。深圳迪特的分销商、批发商和零售商均存在经营其自有品牌的情况，因此向深圳迪特提出OEM/ODM的采购需求。深圳迪特的OEM/ODM订单也主要来自于分销商、批发商和零售商客户。因此深圳迪特的OEM/ODM订单占比较大与深圳迪特的主要客户为各地知名的大型商超及大型分销和批发商没有冲突。

深圳迪特报告期内各年度前五大客户的主要情况如下：

序号	客户名称	与公司关联关系	2015年1-6月销售收入	客户性质
1	GrupoNucleo	无	5,851,484.43	分销商
2	More Products S.A.	无	3,362,989.40	批发商
3	Technaxx Deutschland GmbH & Co. KG	无	3,034,694.60	批发商
4	香港思蒙实业有限公司	无	2,718,787.53	贸易商
5	harbor freight TOOL	无	1,593,967.40	零售商
	合计		16,561,923.36	
序号	客户名称	与公司关联关系	2014年度销售收入	客户性质
1	GrupoNucleo	无	6,414,259.14	分销商
2	PT.ACE Hardware Indonesia Tbk.	无	4,262,007.48	零售商
3	Technaxx Deutschland GmbH & Co. KG	无	4,231,573.98	批发商
4	COPIKON	无	4,187,235.91	批发商
5	More Products S.A.	无	3,497,073.58	批发商
	合计		22,592,150.09	
序号	客户名称	与公司关联关系	2013年度销售收入	客户性质
1	More Products S.A.	无	4,890,251.20	批发商
2	COPIKON	无	2,734,848.60	批发商
3	Level ONE	无	2,451,984.49	分销商
4	PT.ACE Hardware Indonesia Tbk.	无	1,887,821.06	零售商
5	GrupoNucleo	无	1,397,381.27	分销商
	合计		13,362,286.62	

深圳迪特的主要产品为消费类安防产品，最终客户以个人消费者为主。深圳迪特的前五大客户主要为分销商、零售商和批发商和贸易商，深圳迪特的产品通过这些客户最终销售给个人消费者。

对公司前五大客户性质的补充披露详见问题12的回复。

公司已经在重组报告书草案“第四章本次交易标的基本情况”之“二、（十一）6、（2）主要客户群体情况”中补充披露如下：

深圳迪特主要客户为各地知名的大型商超及当地大型分销和批发商，如美国的Costco、Harbor Freight Tools、德国的Media Market、英国的B&Q、Argos、南美的Sodimac等。

深圳迪特的主要产品为消费类安防产品，最终客户以个人消费者为主。深圳迪特的前五大客户主要为分销商、零售商和批发商，深圳迪特的产品通过这些客户最终销售给个人消费者