

证券代码:002301 证券简称:齐心集团 公告编号:2015-107
**深圳齐心集团股份有限公司
关于公司股票复牌的公告**

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

深圳齐心集团股份有限公司(以下简称“公司”)因筹划重大资产重组事项,公司股票(股票代码:齐心集团,股票代码:002301)于2015年7月2日起停牌。2015年8月6日,公司发布《关于重大资产重组停牌公告》,公司股票自2015年8月6日起继续停牌。停牌期间,公司每五个交易日发布一次重组事项的进展公告。

2015年11月16日,公司召开第五届董事会第二十六次会议审议通过了《深圳齐心集团股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金预案》及其相关议案,并于2015年11月11日在上海证券交易所《证券时报》及巨潮资讯网刊登了相关内容。根据有关监管要求,深圳证交所需对公司本次重大资产重组相关文件进行事后审核,公司股票自2015年11月6日起停牌。

2015年11月16日,公司收到深圳证券交易所出具的《关于深圳齐心集团股份有限公司重组问询函》(中小板重组问询函(需行政许可))【2015第36号】。根据上述函件的要求,公司与各方及中介机构积极筹备答复工作,对重组相关文件进行了相应的补充和完善。有关回复及相关公告详见公司于2015年11月19日在巨潮资讯网及指定媒体刊登的相关公告。

根据相关规定,经向深圳证券交易所申请,公司股票(股票代码:齐心集团,股票代码:002301)将于2015年11月19日开市起复牌。本次重大资产重组事项尚需股东大会审议通过并报中国证监会核准,本次交易是否能通过上述程序以及取得最终核准的时间均存在不确定性。敬请广大投资者注意投资风险。

证券代码:002301 证券简称:齐心集团 公告编号:2015-108
**深圳齐心集团股份有限公司
关于发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金预案的修订说明公告**

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

深圳齐心集团股份有限公司(以下简称“公司”)于2015年11月6日公告了《深圳齐心集团股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金预案》(以下简称“重组预案”)等相关文件。深圳证交所针对本次重大资产重组的文件进行了事后审核,并出具了《关于深圳齐心集团股份有限公司的重组问询函》(中小板重组问询函(需行政许可))【2015第36号】(以下简称“问询函”)。

根据问询函的审核要求,公司与相关各方及中介机构积极筹备答复工作,对本次交易事项相关文件进行了补充和完善,并对重组预案进行了相应的修订。重组预案本次修订的主要内容如下:

- 1.公司在预案“重大风险提示/一、与本次交易相关的风险/(一)标的公司被收购同业竞争风险的风险/”和“第九节 本次交易的报批事项和重大风险提示/一、与本次交易相关的风险/(一)标的公司被收购同业竞争风险的风险”部分,补充披露了标的公司解决与志诚泰同业竞争风险的措施。
- 2.公司在预案“重大风险提示/二、本次交易相关方作出的重要承诺/(三)交易对方作出的重要承诺/”、“第四节 交易标的的基本情况/四、标的公司基本情况”和“第八节 本次交易对上市公司的影响/四、本次交易对同业竞争的影响”中新增了《关于避免同业竞争的承诺函》的相关内容。
- 3.公司在预案“第四节 交易标的的基本情况/四、标的公司基本情况/(一)全资子公司/6. 武汉志诚泰和志诚泰系统集成有限责任公司”部分,补充披露了武汉志诚泰暂时与标的公司存在同业竞争的情况,应对措施及最终不会与本次重组构成障碍的说明。
- 4.公司在预案“第四节 交易标的的基本情况/四、标的公司基本情况/四(二)控股子公司/1. 精唯信(北京)科技有限公司”部分,补充披露了标的公司关联方非经营性资金占用情况,解决措施及该事项不会对本次重组构成障碍的说明。
- 5.公司在预案“第四节 交易标的的基本情况/五、最近两年及一期的主要财务数据/(二)利润表主要数据”部分,补充披露了标的公司净利润的季节性波动情况及业绩增长的适性说明。
- 6.公司在预案“第四节 交易标的的基本情况/六、主要资产情况/对外担保及主要负债情况/(一)主要资产情况/1. 应收账款”部分,补充披露了标的公司报告期内应收账款前五十大客户、应收账款周转率、坏账计提比例及与同行业公司不存在差异的说明。
- 7.公司在预案“第四节 交易标的的基本情况/六、主要资产情况/对外担保及主要负债情况/(一)主要资产情况/2. 存货”部分,补充披露了标的公司报告期内存货占比水平的合理性说明。
- 8.公司在预案“第四节 交易标的的基本情况/八、主营业务发展情况/(五)最近两年一期的销售情况/1. 最近两年一期的主营业务业务收入构成情况”部分,补充披露了标的公司收入确认政策的相关内容。
- 9.公司在预案“第四节 交易标的的基本情况/八、主营业务发展情况/(五)最近两年一期的销售情况/2. 对主要客户的销售情况”部分,补充披露了标的公司报告期内前五大客户的波动情况说明。
- 10.公司在预案“第五节 标的公司预计财务状况/七、收益法预计估值思路/(四)协同效应的测算依据、测算方法和测算过程”部分,补充披露了协同效应价值的测算依据、测算方法和测算过程。
- 11.公司在预案“第五节 标的公司预计财务状况/七、标的公司整体估值方法符合《上市公司重大资产重组管理办法》第二十条的规定”部分,补充披露了标的公司整体估值方法符合《上市公司重大资产重组管理办法》第二十条规定的说明。

特此公告。
深圳齐心集团股份有限公司董事会
二〇一五年十一月十九日

证券代码:002301 证券简称:齐心集团 公告编号:2015-109
**深圳齐心集团股份有限公司
深圳证券交易所重组问询函回复的公告**

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

2015年11月16日,深圳齐心集团股份有限公司(以下简称“公司”、“本公司”、“上市公司”或“齐心集团”)收到深圳证券交易所中小板公司管理部《关于深圳齐心集团股份有限公司重组问询函》(中小板重组问询函(需行政许可))【2015第36号】(以下简称“问询函”),针对问询函中提出的问题,公司已会同中介机构书面回复,同时按照问询函的要求对《深圳齐心集团股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金预案》(以下简称“预案”)等文件进行了修改和补充,现将具体回复内容公告如下:

本公告所引词语如与预案中“释义”所定义的词语或简称具有相同的意思。本公告所引词语如与志诚泰和信息科技股份有限公财务数据或相关最终审计、评估数据存在差异,最终以审计及评估数据为准。评估报告或估值报告为准。

问题一、标的公司志诚泰和股东东信采用资产基础法、收益法两种方法进行预估,协同效应价值采取收益法进行了预估。请补充披露:(1)标的公司整体估值方法是否符合《上市公司重大资产重组管理办法》第二十条的规定,并请财务顾问和评估机构对估值方法的合规性、合理性发表明确意见。(2)协同效应的测算依据、测算方法和测算过程,并请财务顾问和评估机构对协同效应估值的合理性发表意见。

一、上市公司回复
(一)标的公司整体估值方法符合《上市公司重大资产重组管理办法》第二十条的规定
《上市公司重大资产重组管理办法》第二十条关于估值方法的规定如下:“重大资产重组的相关资产以资产基础法或收益法进行评估,评估机构应当对评估结果的合理性、评估方法与评估目的相关性以及评估定价的公允性发表明确意见。相关资产评估报告应当作为定价的依据。上市公司应当在重大资产重组报告中详细分析说明相关资产的估值方法、参数及其对其他评估值的影响因素。”“前二种情形中,评估机构、估值机构原则上应当采取两种以上的方法进行评估或估值”

本次交易作价以志诚泰和100%股权的评估投资价值作为定价依据,不以志诚泰和100%股权的资产评估结果作为定价依据,符合《上市公司重大资产重组管理办法》第二十条关于估值方法的相关规定。本次交易作价以志诚泰和100%股权的评估投资价值为定价结果,主要原因为本次交易需筹集齐心集团志诚泰和及业务整合过程中产生的协同效应。估值机构拟采用收益法对齐心集团合并志诚泰和后的投资价值进行估值,为充分披露本次交易的相关情况,评估机构亦出具了资产评估报告,对志诚泰和100%股权进行了资产评估。

本次交易的作价基础为考虑协同效应后志诚泰和100%股权的评估投资价值。根据《上市公司重大资产重组管理办法》的规定,标的公司100%股权的评估价值可以资产评估结果作为定价依据,也可以按照评估结果作为定价依据。同时,评估机构采用了资产法和收益法对志诚泰和100%股权的评估投资价值进行了评估。因此,本次交易中采用的公司100%股权的评估投资价值方法符合《上市公司重大资产重组管理办法》第二十条关于估值方法的规定。

《上市公司重大资产重组管理办法》第二十条关于上市公司对估值情况的决策程序规定如下:“上市公司董事会应当对估值机构的独立性、估值假设前提的合理性、估值方法与评估目的相关性发表明确意见,并结合相关资产的市场可比交易价格、同行业上市公司市盈率或者市净率等指标,在重大资产重组报告中详细分析本次交易定价的公允性。”“上市公司独立董事应当出席董事会会议,对评估机构或者估值机构的独立性、评估或者估值假设前提的合理性和交易定价的公允性发表独立意见。”

截至本次重大资产重组签署之日,估值机构尚未完成估值工作。在签署本次重大资产重组预案,齐心集团董事会对估值机构的独立性、估值假设前提的合理、估值方法与评估目的的相关性发表明确意见;同时,独立董事将出席董事会会议,对评估机构或者估值机构的独立性、评估或者估值假设前提的合理性和交易定价的公允性发表独立意见。

(二)协同效应的测算依据、测算方法和测算过程
1.测算方法
本次评估的交易背景、交易目的主要为齐心集团拟合并志诚泰和,需要评价志诚泰和对齐心集团的投资价值,并为齐心集团的投资决策提供支撑。因此采用收益法中的增量现金流折现模型,对双方合并后协同效应带来的增量价值进行预估。

本次评估采用收益法中的增量现金流折现模型,双方整合后为上市公司带来的价值增量=增量现金流量现值-明确的预测期间期间的增量现金流量现值+明确的预测期之后的增量现金流量现值
计算公式如下:
(1)基本模型

其中:P:评估基准日的双方整合后为上市公司带来的价值增量
R:评估对象未来第t年的预期收益
Rn:评估对象永续期的预期收益
r:折现率
n:评估对象的未来经营年期
本次评估,使用企业自由现金流折现法为评估对象收益指标,其基本定义为:
R=息税前利润×(1-t)÷折旧摊销+追加资本
其中,t:评估对象所得税率
追加资本=资产更新投资+营运资本增加额+新增长期资产投资(新增固定资产或其他长期资产)

根据评估对象的经营历史以及未来市场发展等,估算其未来经营期内的增量现金流量,并将来经营期的增量现金流量进行折现并加和,测算得出整合后的增量价值。
(3)折现率
本次评估采用加权平均资本成本模型(WACC)确定折现率r

式中:
W:评估对象的债务比率;
We:评估对象的股权资本比率;

re:股权资本成本,按资本资产定价模型(CAPM)确定股权资本成本;
rf=rf+β×(rm-rf)+ε (10)

rf:无风险报酬率;
mm:市场预期报酬率;
ε:评估对象的特定非系统性风险系数;
βe:评估对象股权资本的预期市场风险系数;
βr:可比公司股票(资产)的预期市场平均风险系数
式中:
K:一定时期股票市场的平均风险值,通常取K=1;
βx:可比公司股票(资产)的历史市场平均风险系数

式中:
一定时期内目标样本股票和股票市场组合收益率的协方差;
σp:一定时期内股票市场组合收益率的方差
2.测算依据如下:
(1)上市公司和志诚泰和有关同效应的预测
上市公司为国内规模较大的办公用品供应商之一,主营产品涵盖办公用品管理用品、办公设备、桌面办公用品三大板块。近年来,上市公司围绕“以用户需求为导向的集成办公服务”战略,依托多年积累的产品集成优势、物流配送优势、品牌优势和客户及渠道优势,不断完善和丰富产品线,并通过线上搭建电商平台线下拓展渠道相结合,逐步形成“硬件+软件+服务”的大办公服务格局。此外,深圳齐心集团还积极通过并购和参股相关企业,进一步提升提供优质服务,开拓新的业务增长点。根据上市公司的实际情况及企业经营战略和未来经营计划,预计深圳齐心集团整合志诚泰和后,在未来几年双方合作的项目均会稳定增长。

志诚泰和致力于为客户提供办公解决方案及服务,业务范围包括办公用品的销售及服务,系统集成及软件业务等,经过多年积累,志诚泰和已经形成了适合自身行业特点的业务发展模式,具备较强的业务管理、产品运营、技术服务和商务拓展能力,与全球主要办公设备生产商形成的业务合作关系,同时拥有不断壮大的客户资源,志诚泰和已成为我国办公设备生产的领先地位之一。以上为深圳齐心集团整合志诚泰和后双方的合作打下了坚实的基础。

齐心集团并购志诚泰和后,双方在发展战略、渠道资源、优质供应商、技术服务等方面能够优势互补,为上市公司带来增量价值,全面提升完善和扩展深圳齐心集团的综合竞争力和市场竞争力。双方业务整合后,协同效应会充分体现,在分销业务、直销业务和集成业务方面将进一步协同效应发挥。
(2)上市公司和志诚泰和有关同效应的预测
①设备销售业务的协同,预期齐心集团分销渠道的业务收入
齐心集团作为办公用品的制造和供应,依托“大办公平台”为用户提供办公解决方案。其覆盖客户覆盖华北、东北、华东、华南、西北、西南等地区,13,14,15年客户数分别分别为21160个、22999个和25298个,年产品销售额分别为98,350.64万元、96,004.52万元和32,425.84万元。其中,办公设备的销售额分别为4,197.32万元、48,012.69万元和19,455.51万元。随着客户年增长率约为8%-10%,预期保持5%-10%增速的持续增长。整合后,齐心集团在自有客户渠道上拓展设备销售,打印销售业务,共享优质供应商资源。
②设备销售业务的协同,降低齐心集团直销渠道的业务成本
齐心集团拥有设备销售业务覆盖全国,上海、广州、深圳四大合约子公司,13年、14年和15年合约客户数量为4680个、5200个和13,141个,13年、14年、15年销量分别为32,662.01万、37,134.67万和15,153.35万。其中,复合机、打印机、扫描机、办公数码类产品的销量分别为12,521.98万、13,913.31万元、6,728.09万元,收购志诚泰和后,共享志诚泰和优质的供应商资源,可以降低设备采购的成本,直接提高设备销售业务的毛利率。

③设备租赁业务的协同,为齐心集团带来新的业务增长点
齐心集团拥有多个分公司,其中一部分分布在客户有设备租赁需求,由于齐心集团自身具备基础薄弱,无专业服务团队,无法保证客户安装、调试、维修等一系列服务,因此自有业务中并不涉及设备租赁及配套的技术服务,通过与志诚泰和的业务整合,可以运用志诚泰和已成熟的业务模式及专业服务团队来挖掘自身与市场上有相关需求的客户,从而带来新的业务收入。
④标的公司的客户资源,为集团带来的批发业务销售的增长
齐心集团的零售业务是管理办公用品、桌面办公用品的销售,志诚泰和的主营业务为办公设备的销售,其13,14,15年的分销客户分别为6156个、6647个、6980个,其中一部分潜在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,拟把志诚泰和分销渠道上的潜在客户,拓展至齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和分销渠道的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和分销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

⑤标的公司的客户资源,为齐心集团带来的直销业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

⑥标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

⑦标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

⑧标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

⑨标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

⑩标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

⑪标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

⑫标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

⑬标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

⑭标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

⑮标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

⑯标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

⑰标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

⑱标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

⑲标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

⑳标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

㉑标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

㉒标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

㉓标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

㉔标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

㉕标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

㉖标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

㉗标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

㉘标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

㉙标的公司的客户资源,为齐心集团带来的批发业务销售的增长
志诚泰和13,14,15年的企业用户分别为274家、288家、304家,其中一部分分布在客户有办公用品方面的需求,齐心集团收购志诚泰和后,挖掘志诚泰和直销渠道上的潜在客户,拓展齐心集团的办公用品销售业务。预计志诚泰和直销渠道上的潜在客户占比为35%-40%,潜在客户占比的比例为30%-35%,由于渠道客户基数大,因此20%的中型客户和大型客户贡献80%左右的销售额,而只有20%的客户订单规模采购协议,每月订单也较稳定,预计志诚泰和直销渠道的潜在客户为集团带来的批发业务销售的增长。

提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下,于资产负债表日按照完工百分比法确认提供的劳务收入。劳务交易的完工进度按完工工作的测量确定。提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足:①收入的金额能够可靠地计量;②相关的经济利益可能流入企业;③交易的完工程度能够可靠地确定;④交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

如果提供劳务交易的结果不能够可靠估计,则按已经发生并预计能够得到补偿的劳务成本金额确认提供的劳务收入,并将已发生的劳务成本作为当期费用。已经发生的劳务成本如预计不能得到补偿的,则不确认收入。

标的公司对对外提供软件业务服务,根据与客户签订的软件业务合同,一般对于开发及实施周期长、不跨期的项目于项目结束经客户验收后确认收入实现;对于开发及实施周期较短的项目,标的公司一般与客户签订了分期付款接收的条款,则根据与客户确认的分期付款工作量确认收入实现。如存在开发与实施周期跨两个或以上会计年度且未达到分期付款接收的项目,则根据会计政策的规定,按已经发生并预计能够得到补偿的成本金额确认收入。

3、系统集成收入的确认依据
标的公司的大部分系统集成业务属于带设备集成其他实施条件的商品销售业务,适用于商品销售确认的收入原则,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。

标的公司对于不需要安装的系统集成业务,在取得客户货物签收单后确认收入;对于需要安装的系统集成业务,在安装完成,经客户验收后确认收入。
二、会计师意见
会计师意见如下:
标的公司收入确认符合企业会计准则相关规定,相关信息会计处理正确。

问题三、2015年7月31日,2014年12月31日,2013年12月31日,志诚泰和应收账款占流动资产的比例分别为31.06%、29.75%、20.06%,请补充披露志诚泰和近两年一期的应收账款前五十大客户,并补充说明公司的情况,说明应收账款周转率、坏账计提比例与同行业公司是否存在差异;如有差异,请解释原因。
上市公司回复:
一、标的公司应收账款前五十大客户情况
2013年12月31日标的公司应收账款前五十大客户情况如下:

单位名称	与本公司关系	金额	年限	坏账准备	占应收账款总额的比例(%)
南京南集团电子信息通信分公司	非关联方	18,341,048.00	1年以内	550,231.44	16.08
南京长园通信设备技术有限公司	非关联方	9,571,600.00	1年以内	287,148.00	8.39
北京京信通信设备有限公司	非关联方	5,402,661.00	1年以内	162,079.85	4.74
河南网路北方电力有限公司	非关联方	2,300,333.01	1年以内	69,000.99	2.02
国网冀北电力有限公司物资部	非关联方	2,096,641.99	1年以内	62,899.26	1.84
合计		37,712,284.00		1,131,368.52	33.07

2014年12月31日标的公司应收账款前五十大客户情况如下:
单位名称 与本公司关系 金额 年限 坏账准备 占应收账款总额的比例(%)

单位名称	与本公司关系	金额	年限	坏账准备	占应收账款总额的比例(%)
北京南集团电子信息通信分公司	非关联方	24,040,541.00	1-2年	1,280,867.00	17.07
中国铁塔通信有限公司	非关联方	9,964,115.05	1年以内	298,232.45	6.88
中国铁塔通信有限公司	非关联方	21,675,263.88	1年以内	1,133,257.92	2.68
上海普亦办公设备有限公司	非关联方	3,111,486.00	1年以内	93,348.58	2.21
安徽讯科信息科技有限公司	非关联方	2,202,500.00	1年以内	66,075.00	1.56
合计		54,788,216.83		2,213,687.27	38.89

2015年7月31日标的公司应收账款前五十大客户情况如下:
单位名称 与本公司关系 金额 年限 坏账准备 占应收账款总额的比例(%)

单位名称	与本公司关系	金额	年限	坏账准备	占应收账款总额的比例(%)
中国铁塔通信股份有限公司	非关联方</				