（上接B033版）

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 | | 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卖店、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。

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拓展。

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（元） |
|---|---|---|---|---|
| 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、医气护理呼吸系统工程 | 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（元） |
|---|---|---|---|---|
| 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 | 漠中空间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 | 南洞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。

问题14：草案披露，深圳迪特具有较强的分销能力，已经在世界各地建立了庞大的分销网络，与世界各地知名的大型商超及当地大型分销和批发商建立了合作关系。请公司补充披露深圳迪特已经形成庞大的分销网络的判断依据、海外分销网络架构、具体营销及合作模式、营销网点、覆盖程度等。请财务顾问发表意见。

回复：

深圳迪特的主要客户包括分销商、批发商、零售商和贸易商，分销商主要经营安防及电子产品的专卖店或进行互联网销售，在销售区域有一定的销售网点；零售商主要为一些零售商超；批发商主要从事电子安防产品的批发销售，将深圳迪特的产品出售给各地的零售店铺；贸易商主要为跨境贸易商，从事电子安防等产品的进出口业务。

深圳迪特的产品为消费类安防电子产品，其产品的境外销售，主要是通过贸易商、批发商或分销商导入零售商客户，在分销商或零售商处最终销售至终端消费者；同时，深圳迪特也与一些地区的大型连锁零售商超客户直接合作进行销售。

深圳迪特依托于其分销商、零售商及批发商客户，在各地建立了分销网络。深圳迪特的客户遍布在各地：1、英国客户百安居、ARGOS和IMAPLIN的商超网点遍布英国；2、德国客户麦德龙、万得城、Rewe是欧洲领先的商超；3、美国的商超零售客户沃尔玛（山姆）、COSTCO和MENARDS在美洲地区乃至各地区主要国家都具有很强的影响力；4、此外墨西哥的零售客户STEREN，HOME DEPOT和南美的客户SODIMAC等在所在地区也铺设了很多网点。

目前，深圳迪特已依托于其客户的分销渠道，实现了产品的国际化。未来深圳迪特将打造其自有品牌KARE，实现品牌国际化，进而通过发展多语种的业务及服务支持，在部分国家地区建立分支机构，实现服务国际化的目标。

独立财务顾问认为，深圳迪特的客户为各地区主要国家的知名商超及批发商，这些分销商、零售商及批发商客户覆盖了境外的主要销售区域，网点较多。深圳迪特依托于其分销商、零售商与批发商客户，形成了庞大的分销体系。

公司已经在重组报告书“第四章本次交易标的的基本情况”之“二、（五）最近三年主营业务发展情况”中补充披露如下：

深圳迪特是一家专注于安防产品海外营销管理的供应服务企业，致力于对国内安防产品的整合和海外安防市场的对接。目前，通过深圳迪特平台整合的产品涵盖CCTV监控套餐、网络摄像机、DVR/NVR套装、智能家居产品等全方面民用安防产品，向各地区主要国家买家提供“一站式”产品供应与“全流程”服务。产品畅销英、法、美、澳、哥伦比亚、墨西哥等60多个国家和地区，衍生了极大的规模经济和范围经济效应。

深圳迪特的主要客户包括分销商、批发商、零售商和贸易商，分销商主要经营安防及电子产品的专卖店或进行互联网销售，在销售区域有一定的销售网点；零售商主要为一些零售商超；批发商主要从事电子安防产品的批发销售，将深圳迪特的产品出售给各地的零售店铺；贸易商主要为跨境贸易商，从事电子安防等产品的进出口业务。

深圳迪特的产品为消费类安防电子产品，其产品的境外销售，主要是通过贸易商、批发商或分销商导入零售商客户，在分销商或零售商处最终销售至终端消费者；同时，深圳迪特也与一些地区的大型连锁零售商超客户直接合作进行销售。

深圳迪特具有较强的分销能力，依托于其分销商、零售商及批发商客户，在各地建立了分销网络。深圳迪特的客户遍布各地，1、英国客户百安居、ARGOS 和MAPLIN的商超网点遍布英国；2、德国客户麦德龙、万得城、Rewe是欧洲领先的商超；3、美国的商超零售客户沃尔玛（山姆）、COSTCO和MENARDS在美洲地区乃至各地区主要国家都具有很强的影响力；4、此外墨西哥的零售客户STEREN，HOME DEPOT和南美的客户SODIMAC等在所在地区也铺设了很多网点。

同时，深圳迪特具有较强的产品设计能力。深圳迪特对海外市场开拓多年，能够深入理解海外民用安防市场的需求特点。海外民众对安全意识高于国内用户，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。民用安防市场对于价格具有极高的敏感性，质优价廉与简洁易用是在安防民用用户的重要诉求。基于对此深刻的理解，深圳迪特可以实现更有针对性的设计，进而促进产品在海外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。

深圳迪特了解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，实现了产品国际化。未来，深圳迪特将在进一步完善海外商超分销渠道的同时，加强B2C电子商务建设，同时借助互联网销售平台打造“KARE”品牌，提高产品的附加值和认知度，扩大销售规模和提升盈利能力，实现品牌国际化，进而通过发展多语种的业务及服务支持，在部分国家地区建立分支机构，实现服务国际化的目标。

独立财务顾问认为，深圳迪特的客户为各地区主要国家各地的知名商超及批发商，这些分销商、零售商及批发商客户覆盖了境外的主要销售区域，网点较多。深圳迪特依托于其分销商、零售商与批发商客户，形成了庞大的分销体系。

问题15：草案披露，深圳威大的主营业务为医疗净化工程、生物安全实验室工程和医院智能化系统集成方案等智慧医疗净化工程系统集成业务，而本次收购的其他标的资产与上市公司均同属于安保行业。请公司补充披露深圳威大主营业务与上市公司现有业务是否存在协同性，如有请具体分析。请财务顾问发表意见。

回复：

公司已就深圳威大与上市公司现有业务的协同效应在重组报告书“第八章 管理层讨论与分析”之“三、（二）3、业务整合”中进行了补充披露：

深圳威大与上市公司现有业务的协同效应具体分析如下

上市公司通过收购深圳威大，将业务延伸至生命安全的智慧医疗净化系统集成领域，实现公司工业安全、信息安全、到生命安全三位一体的“大安全”生态链的打造、融合与升级，符合公司立足于安防为核心构建大安防生态系统的综合化发展战略，有利于进一步完善公司在“大安防”行业的综合布局并提升公司综合竞争力。

本次交易完成后，中安消将快速切入智慧医疗净化系统集成领域，并将与公司目前业务形成产业协同。双方将充分挖掘在客户资源共享、技术研发、战略规划等方面的优劣互补。上市公司可依托协同产生的客户优势、服务优势、全面的系统集成建设资质优势、资金优势及区域互补优势，根据客户的需求提供综合性的系统集成建设服务，进一步扩大业务规模与竞争力。深圳威大则将借助上市公司灵活、高效的融资平台，增强资金实力，提高市场占有率及盈利规模。其协同效应主要表现在以下三方面：

1）在客户资源领域，实现优质客户资源共享，丰富增值服务内容，创造新的利润增长点

深圳威大的市场网络和售后服务网络已覆盖全国，拥有14个分支机构，遍布于北京、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。自成立以来，深圳威大已成功为香港大学附属深圳医院、深圳市宝安区妇幼保健院等国内100多家医院承建了700多间高标准数字化手术室、洁净手术室、ICU 病房等业务单元，客户70%以上为国内三甲医院。

中安消是一家集研发、设计、产品制造、系统集成、运营服务为一体的安防综合解决方案提供商，经过多年的发展与积累，中安消针对不同行业及客户的差异化安防需求，不断提出与优化完善行业解决方案，逐渐成为这些行业的安防系统集成专家，客户主要涵盖金融、教育、地产、医疗、零售等各大行业及市政机构等，其中也不乏大型的医院及医疗机构单位，如近期中安消与宁夏楚雄医院有限责任公司就宁夏医科大学总院中宁分院项目建设签订了关于智慧医疗合作项目协议，合同金额为2.5亿元。深圳威大可借助上市公司客户资源，在促进深圳威大业务收入增长的同时也丰富中安消自身提供的服务范围和种类，以达到更好的客户满意度。

2）在专业人才及技术积累方面，本次交易有利于上市公司丰富医疗安全领域的技术，有利于继续保持上市公司在安防系统集成领域的优势，推动后续业务发展。

深圳威大是我国较早进入智