

长江证券承销保荐有限公司

关于上海证券交易所

《关于对湖北楚天高速公路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暨关联交易报告书（草案）

信息披露的问询函》

的回复

上海证券交易所：

根据贵所出具“上证公函【2016】0874号”《关于对湖北楚天高速公路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暨关联交易报告书（草案）信息披露的问询函》的要求，长江证券承销保荐有限公司（以下简称“长江保荐”、“独立财务顾问”）作为湖北楚天高速公路股份有限公司（以下简称“楚天高速”、“上市公司”、“公司”）发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金的独立财务顾问，和相关中介机构就有关问题进行了逐一落实，现将相关情况逐条回复如下：

除特别说明，本回复释义与《湖北楚天高速公路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暨关联交易报告书（草案）》（以下简称为“《交易报告书（草案）》”）一致。

一、关于标的资产的行业

(一) 草案披露, 标的资产主要产品为智能手机、平板电脑、车联网应用模块、智能手表和智能医疗多参仪 PAD 板。目前, 智能手表、智能医疗多参仪 PAD 板及智能家居等领域产品及部件已开始销售。请补充披露: (1) 智能手表、智能医疗多参仪和智能家居的主要生产厂商、市场规模及主要客户群体; (2) 结合前述产品的同行业公司情况比较说明标的资产的竞争优势和劣势; (3) 前述产品的量产开始时间、计划产量、在手订单情况。请财务顾问发表意见。

回复:

1、智能手表、智能医疗多参仪和智能家居的主要生产厂商、市场规模及主要客户群体

(1) 智能手表

智能手表是将手表内置智能化系统、搭载智能手机系统连接网络实现多功能, 可以同步手机中的电话、短信、邮件、照片、音乐等。目前市面上的智能手表可大致分为两种: 其一, 不带通话功能的, 依托连接智能手机而实现多功能, 能同步操作手机中的电话、短信、邮件、照片、音乐等; 其二, 带通话功能的, 支持插入 SIM 卡, 本质上是手表形态的智能手机。三木智能即将量产的首批智能手表就属于第二种, 带通话功能。

①主要生产厂商

智能手表的主要生产厂商及其推出的具体产品系列有:

A、国外: 三星的 Gear 系列、苹果的 Apple-watch 等;

B、国内: 华为 Watch、针对儿童的华为小 K、映趣科技推出的 Inwatch 等。

②市场规模

据中商产业研究院的统计及预测, 2015 年中国智能手表市场规模达 52 亿元, 随着主要的智能手表系统平台及大数据服务平台的搭建完毕, 下游设备厂商洗牌,

基于健康大数据的服务类产品逐步成熟，产品差异化加大。到 2020 年，智能手表市场规模预计增长到 300 亿元。

③主要客户群体

智能手表的主要客户群体为：喜欢时尚的年轻人；需要监测呵护的老人、儿童、孕妇等特殊人群等。

（2）智能医疗多参仪（多参数健康检测一体机）

智能医疗多参仪又名多参数健康检测一体机（以下简称“多参仪”）。多参仪是集多项身体检测功能于一身的健康数据采集终端，不仅可以对比使用者的历史健康数据，还能为居民和家庭建立电子健康档案。

①主要生产厂商

目前，在智能医疗多参仪领域，存在国内品牌和国外品牌两大阵营。国外品牌以飞利浦和 GE 为代表，主要目标市场为我国多参仪高端市场，其产品性能稳定，同级别产品价格比国内品牌普遍高 30%-40%。国内智能医疗多参仪品牌主要有深圳迈瑞、中兴通讯、江苏盖睿、武汉思创和北京超思等品牌。

②市场规模

根据平安证券分析师的预测，随着“健康中国”战略落地，“十三五”期间围绕大健康、大卫生和大医学的医疗健康产业有望突破十万亿市场规模。医疗健康产业也将引领新一轮经济发展浪潮，医疗服务、健康保险、创新药、精准医疗及互联网医疗等细分领域将拔得头筹。

③主要客户群体

智能医疗多参仪的主要客户群体为：区域医疗中心、大型医疗机构、基层卫生服务机构和有医疗保健需求的居民和家庭等。

（3）智能家居

智能家居是以住宅为平台，利用综合布线技术、网络通信技术、安全防范技术、自动控制技术、音视频技术将家居生活有关的设施集成，构建高效的住宅设

施与家庭日程事务的管理系统，提升家居安全性、便利性、舒适性、艺术性，并实现环保节能的居住环境。

①主要生产厂商

智能家居的主要生产厂商包括：河东电子（HDL）、紫光物联和南京物联传感等。传统家居领域巨头海尔、美的等也在进入智能家居领域。

②市场规模

智能家居行业是属于物联网领域内，以家庭为单位的重要组成部分。2015年我国智能家居市场规模达到了 403 亿元，未来两年将呈现快速发展的态势，预计 2020 年市场规模有望突破 3300 亿元。

③主要客户群体

智能家居的主要客户群体为：家庭用户。

2、结合前述产品的同行业公司情况比较说明标的资产的竞争优势和劣势

（1）三木智能合作客户的竞争优势和劣势

①智能手表

三木智能目前已试生产的智能手表，主要系为北斗国信智能科技（北京）有限公司（以下简称“北斗国信”）定制。三木智能和北斗国信定制合作开发的智能手表与同行业公司相比：

优势在于：依托北斗国信在定位导航技术方面的积累，定位功能卓越，精确度在 10M 左右，主攻儿童手表，突出定位功能、学习功能和实时监护功能，优于市场上竞品；北斗国信规模较大，品牌影响力强，拥有其自身的销售渠道，市场开拓方面有先天优势；

劣势主要在于北斗国信智能手表产品处于起步阶段，尚未形成一定的规模。

②智能医疗多参仪

三木智能目前已量产的智能医疗多参仪，主要系和中兴通讯旗下子公司深大

赫云合作开发，与同行业公司相比：

优势主要体现在借助中兴通讯在通讯业务领域的技术积累及销售渠道，可以为多参仪产品的推广及后台运行提供良好的支持（包括云端后台，覆盖全球的售后服务等）；

竞争劣势主要在于中兴通讯在智能医疗领域的业务开展尚处于开拓阶段，尚未形成一定的规模优势。

③智能家居

报告期内，三木智能的智能家居产品主要系供应给松下电器的智能家居遥控器。三木智能的智能家居遥控器可以对住宅内的灯光、家电进行控制，替代原有家电的遥控器使用，同时，三木智能的智能家居遥控器还具有无绳电话的功能，可以接听居家座机的来电。

三木智能报告期内的智能家居产品销售占比较小。三木智能投入相关的智能家居业务主要是为了积累物联网应用终端的技术储备，为后续可能的业务拓展提前布局。

（2）三木智能的竞争优势和劣势

①竞争优势

三木智能在智能手表、智能医疗多参仪和智能家居领域之所以都能够和知名客户进行定制合作，主要系由于其在移动通信智能终端领域的研发优势、产品优势和市场优势。

而和前述知名客户的合作又为三木智能在物联网应用终端市场的业务拓展积累了一定的优势：

A、能够接触到领先技术，提升产品的核心竞争力，比如智能手表与北斗国信联合开发，可以在提供智能手表解决方案的同时，借助对方在定位方面的领先技术，强化产品竞争力；

B、知名客户的销售渠道、品牌效应，有助于产品的销售推广，大大降低了合作产品的前期推广风险；

C、知名客户对产品设计、质量的要求较高，三木智能和其合作，可以强化自身的研发设计能力，提升其在业内的影响力。

②竞争劣势

与国内外智能手表、智能医疗多参仪、智能家居厂商相比，三木智能整体竞争实力和业务规模还有很大差距，在市场依赖度、品牌知名度、资金等诸多方面存在竞争劣势：

A、三木智能目前智能手表、智能医疗多参仪、智能家居出货量、市场份额还很小，业务规模还有待进一步提升；

B、品牌弱势，没有自主品牌；

C、由于三木智能成立时间较短，且作为非上市公司融资渠道有限，目前主要依托银行贷款支持其业务发展，与国内外大型厂商相比，在融资方式、资金实力等方面存在较大差距。面对全球市场竞争，三木智能还需大量资金投入，以持续提升综合竞争力，因此迫切需要通过资本市场拓宽融资渠道。

3、前述产品的量产开始时间、计划产量、在手订单情况

（1）智能手表

按照三木智能与北斗国信签订之《开发合同》附件“项目里程碑进度表”的约定，首批智能手表量产订单应于 2016 年 7 月 12 日出货。根据与三木智能业务部门人员的沟通，目前智能手表试产样机已交付，预计将于 2016 年 8 月下旬进入量产阶段，签署订单并出货。按照北斗国信与三木智能签署的《合作意向书》，2016 年 7-12 月，北斗国信预计采购量约为 480,000 台，但根据目前的实际进度，谨慎预计全年销量约为 200,000 台。

（2）智能医疗多参仪 PAD 板

2016 年 3 月，智能医疗多参仪 PAD 板实现第一批量产订单的出货。按照中兴网信之子公司深大赫云与三木智能签署的《合作意向书》，2016 年预计出货量约为 50,000 台。2016 年 3 月-7 月实际出货 3,444 台，截至目前的在手订单为 5,073 台。根据实际出货、在手订单情况和三木智能与客户沟通的销售预测，谨慎预

计全年销量约为 15,000 台。

（3）智能家居

智能家居在 2013 年已经实现量产出货，报告期内销售占比较小，三木智能在 2016 年盈利预测时未考虑该类产品。

三木智能将利用在智能家居领域积累的研发设计、产品制造经验，未来继续开拓智能家居终端产品。

综上，经核查，独立财务顾问认为：三木智能目前分别和北斗国信、中兴通讯合作开发智能手表、智能医疗多参仪，合作方均为知名客户，有一定的技术实力、销售渠道，为新产品的市场拓展奠定了基础；三木智能和前述客户的合作，有利于降低其新领域产品拓展的难度和风险。但同时，定制合作方式、没有自主品牌、融资渠道单一也在一定程度上限制了其在新领域市场份额的扩张和行业地位的快速提升。

(二) 草案披露, 上市公司的主营业务属于交通运输板块, 报告期内的毛利率分别为 38.77%、35.61% 和 52.7%, 资产负债率分别 58.42%、54.08% 和 52.7%; 标的资产的主营业务是手机与平板电脑, 毛利率为 14.87%、11.05% 和 9.91%, 资产负债率为 63.65%、64.99% 和 60.92%。请公司补充披露: (1) 结合上市公司及标的公司的主营业务, 从业务相关性量化分析上市公司收购标的资产的战略考虑; (2) 本次交易是否有利于提高上市公司持续经营能力和资产质量, 改善财务状况, 是否符合《重组管理办法》第 11 条第 5 款及 43 条第 1 款相关规定。请财务顾问和律师发表意见。

回复:

1、结合上市公司及标的公司的主营业务, 从业务相关性量化分析上市公司收购标的资产的战略考虑

(1) 上市公司的主营业务

截至本回复出具日, 楚天高速主要从事收费公路的投资、建设及经营管理, 目前拥有武汉至宜昌里程为 278.869 公里的沪渝高速公路汉宜段、大悟至随州里程为 84.39 公里的麻竹高速公路大随段以及黄石至咸宁里程为 55.97 公里的武汉城市圈环线高速公路黄咸段的高速公路特许经营权, 收入主要来源于车辆过往的通行费用, 近两年保持了一个稳中有升的态势, 如下表所示:

单位: 万元

项目	2016 年 1-3 月		2015 年		2014 年	
	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
交通运输业	33,146.53	94.50%	116,907.70	95.00%	107,856.87	95.43%
其中:						
鄂中地区 (汉宜段)	29,795.50	84.94%	105,698.98	85.89%	100,228.48	88.68%
鄂北地区 (大随段)	929.69	2.65%	3,016.15	2.45%	2,785.60	2.46%

鄂东地区 (黄咸段)	2,421.34	6.90%	8,192.58	6.66%	4,842.79	4.28%
其他业务	1,929.74	5.50%	6,157.35	5.00%	5,167.38	4.57%
合计	35,076.27	100.00%	123,065.05	100.00%	113,024.25	100.00%

同时，楚天高速已加大非费收业务的开拓力度，包括广告收入、服务区经营收入等其他业务收入在营业收入中的占比正逐步上升，逐渐实现从“依靠路”到“依托路”的转变。

(2) 标的公司的主营业务

三木智能是一家提供平板电脑、智能手机方案设计和整机生产服务，以及基于移动通信技术的物联网通信产品研发生产的高新技术企业，一直致力于移动通信和产品的研发、设计和制造服务（委外加工），拥有完整的研发和品质管理体系。

三木智能虽然目前仍旧主要以手机/平板市场为主，并集中于海外客户，但是在几年前就已开始布局车联网和物联网业务，目前已取得中兴通讯、北斗国信等公司的订单。

在我国大力倡导和推进建设资源节约型、环境友好型社会的大背景下，“工业化”与“信息化”的融合成为调整经济结构、转变增长方式的关键。物联网的理念、技术和应用推广与“两化”具有密切的相关性，成为国家战略性新兴产业的重点发展领域之一。

车联网是基于物联网的具体应用，其兴起与智能化终端的不断普及有直接联系，且由于移动网络速度的不断提升和资费的下降，网络对车联网的发展同样起到助推作用。据预测，2017年我国车联网市场将达到250.9亿元，2013-2017年的年均复合增长率为31.5%，显示出我国车联网市场广阔的发展空间。

(3) 上市公司收购标的资产的战略考虑

楚天高速一直坚持将从“依靠路”到“依托路”的发展模式作为其寻找新的业务方向的基本思路。本次与三木智能的合作，即着眼于其多年前已在车联网和

物联网领域中的产品布局以及相关的技术积淀，以“智能交通”作为合作的切入点和协同发展的基础，楚天高速利用自身以及省内其他公路运营企业的通行数据为基础，以高速公路数据共享、服务区平台利用等方面作为合作路径，协助三木智能设计开发智能通行、智能监控、交通数据实时共享等方向的软、硬件产品，进而帮助楚天高速改善高速公路管理效率、提升服务质量，推动楚天高速迅速发展智能交通业务，探索新的利润增长点。

虽然目前三木智能车联网领域相关收入（包括硬件销售、软件开发及软件销售）整体规模仍然较小，但是近年已经呈现出增长的态势，占三木智能整体收入的比重由 2014 年度的 1.96% 上升至 2016 年 1-3 月的 5.29%。由于其附加值和毛利率较高，2016 年 1-3 月份毛利占比已达 26%。

楚天高速本次收购三木智能，能够利用其在手机/平板设计、制造领域中的较为靠前的行业地位和稳定的客户基础，迅速增大收益，增厚股东回报。更重要的是，公司能够和三木智能进行车联网领域的合作，这也是楚天高速本次收购三木智能的出发点所在，是能够为楚天高速未来带来爆发式增长和巨大收益的关键。公司将在车联网领域协助三木智能尽快完善布局，推动公司整体沿物联网应用终端产业链，向车联网、智能家居、可穿戴设备、智能城市等领域的拓展与布局，从而进一步增强公司抵御风险的能力，实现可持续发展。

2、本次交易是否有利于提高上市公司持续经营能力和资产质量，改善财务状况，是否符合《重组管理办法》第 11 条第 5 款及 43 条第 1 款相关规定

本次交易前，公司主营业务是高速公路运营。高速公路收费政策受国家政策和社会舆论的影响具有一定的不确定性，且随着路网内其他新建道路的分流效应，现有路产的收入增长空间有限，目前单一的业务结构已难以满足楚天高速未来长远发展的需要。本次收购三木智能，将有效打破公司既有业务单一的局面，契合公司“一主多元，双轮驱动”的发展思路，帮助公司有效应对和缓解政策调整等系统性风险对于正常经营的冲击，提高公司的持续经营能力。

本次交易前，楚天高速的资产大部分集中于高速公路的特许经营权，资产主要为路桥等不动产。本次交易完成后，三木智能将成为楚天高速的全资子公司。

作为高新技术企业，其所拥有的专利、著作权、非专利技术、稳定的客户合作关系等可带来潜在收益的无形资产，以及三木智能所拥有的被市场所认可的研发团队、研发平台等将全部注入楚天高速，有效提升楚天高速的资产质量。

根据中审众环出具的众环阅字（2016）010004 号《备考审阅报告》，本次交易对楚天高速主要财务指标的影响如下：

单位：万元

项目	2016 年 3 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	本次交易后	本次交易前	本次交易后	本次交易前
资产	1,062,584.37	885,466.65	1,071,115.75	890,340.54
负债	505,558.75	463,015.82	528,896.51	481,463.66
资产负债率	47.58%	52.29%	49.38%	54.08%
归属于母公司所有者的所有者权益	554,944.42	420,369.63	540,063.88	406,721.51
项目	2016 年 1-3 月		2015 年	
	本次交易后	本次交易前	本次交易后	本次交易前
营业收入	57,161.29	35,076.27	246,096.48	123,065.05
营业成本	27,710.35	8,966.71	153,770.81	44,607.46
营业利润	19,573.86	18,485.04	48,012.57	43,821.19
利润总额	20,064.62	18,515.11	50,378.98	44,463.08
归属于母公司所有者的净利润	14,863.50	13,648.11	47,485.52	42,965.18

本次交易实施前后虽然负债有所增加，但资产负债率将下降 4.71 个百分点，有效改善公司的负债结构，保障运营安全。

由于三木智能通常一季度业绩会明显低于其他季度，为了更准确地反应本次交易对楚天高速盈利能力的影响，将上表中的 2016 年 1-3 月份数据调整为 2016 年全年预测数据。

根据中审众环出具的众环阅字（2016）010004 号《备考审阅报告》、众联评估出具的众联评报字[2016]第 1112 号《评估报告》及其说明中的三木智能 2016 年盈利预测数据，假设本次交易于 2015 年 1 月 1 日前已完成，交易前后，楚天高速 2015 年度、2016 年度预测的经营成果情况、盈利能力指标情况对比如下：

单位：万元

项目	2016 年预测 ^{注2}		2015 年 ^{注1}	
	本次交易后	本次交易前	本次交易后	本次交易前
营业收入	271,345.97	123,065.05	246,096.48	123,065.05
营业成本	172,811.46	44,607.46	153,770.81	44,607.46
营业利润	53,771.28	43,821.19	48,012.57	43,821.19
利润总额	55,807.80	44,463.08	50,378.98	44,463.08
净利润	40,571.71	31,550.18	47,141.69	42,621.34
归属于母公司所有者的净利润	40,915.55	31,894.02	47,485.52	42,965.18
销售毛利率	36.31%	63.75%	37.52%	63.75%
销售净利率	14.95%	25.64%	19.16%	34.63%
总股数	1,731,375,923	1,453,377,893	1,731,375,923	1,453,377,893
基本每股收益（元/股）	0.2363	0.2194	0.2743	0.2956

注 1：2015 年的数据：本次交易前的数据为当年实际数据，本次交易后的数据摘自《备考审阅报告》；

注 2：2016 年预测的数据：基于以下假定：2016 年楚天高速业绩和 2015 年持平（剔除下述因素影响后相同：楚天高速吸收合并子公司适用特殊性税务处理，在 2015 年确认递延所得税资产 11,071.16 万元，抵减所得税费用。即，2016 年楚天高速预测扣除非经常性损益前、后的净利润分别为 31,894.02 万元和 31,415.03 万元）、三木智能实现了评估报告及其说明中的盈利预测数据，进行了备考合并的结果（未经审阅或审计）。

根据上表，假设交易完成后楚天高速 2015 年备考营业收入、归属于母公司所有者的净利润较交易前实际营业收入、归属于母公司所有者的净利润分别增长 99.97%和 10.52%；2016 年楚天高速预测合并营业收入、归属于母公司所有者的净利润较交易前营业收入、归属于母公司所有者的净利润分别增长 120.49%和 28.29%；由于楚天高速本次重组前的业务特点，其毛利率较高，本次交易完成后楚天高速综合毛利率和净利润率均将有所下降，但由于三木智能的轻资产业务特点，其净资产收益率高，若 2016 年盈利预测得以实现，楚天高速的每股收益将开始超过本次重组前的水平，综合盈利能力将进一步增强。

综上，本次收购符合《重组管理办法》第 11 条第 5 款及第 43 条第 1 款中对“有利于提高上市公司资产质量、改善财务状况和增强持续盈利能力”的要求。

经核查，财务顾问认为，本次收购三木智能，契合楚天高速的发展战略，有

利于提高楚天高速持续经营能力和资产质量,改善财务状况和增强持续盈利能力,符合《重组管理办法》第 11 条第 5 款及第 43 条第 1 款相关规定。

二、关于本次交易方案

(三) 草案披露,《购买资产协议》约定,三木智能原股东保证在本次交易获得中国证监会核准后的 30 个工作日内,三木智能完成从全国中小企业股份转让系统终止挂牌的相关手续及三木智能的组织形式由股份公司变更为有限公司的全部相关事项,包括但不限于办理完成工商变更登记等。请补充披露:(1) 标的资产在新三板终止挂牌、公司组织形式变更、工商登记等分别需要履行的程序和预计时间;(2) 前述相关手续能否在 30 个工作日内完成,若不能按期完成,是否构成对本次重组交易的实质障碍,是否违反《重组管理办法》第 11 条第 4 款和第 43 条第 4 款的相关规定。请对前述事项进行风险提示,并请财务顾问和律师发表意见。

回复:

1、标的资产在新三板终止挂牌、公司组织形式变更、工商登记等分别需要履行的程序和预计时间

(1) 根据三木智能第一届董事会第四次会议决议公告,以及三木智能董事会关于召开 2016 年第一次临时股东大会的安排说明,三木智能 2016 年第一次临时股东大会将在楚天高速召开审议本次重组相关议案的股东大会当日召开,并将审议通过《关于公司拟附条件申请在全国中小企业股份转让系统股票终止挂牌暨公司性质更改的议案》等议案,同时授权三木智能董事会在本次交易获得中国证监会核准后全权办理三木智能申请在全国中小企业股份转让系统股票终止挂牌的相关事宜。

(2) 在本次交易获得中国证监会核准后,三木智能即可向全国中小企业股份转让系统提交股票终止挂牌的申请。一般而言,挂牌公司向全国中小企业股份转让系统提交股票终止挂牌申请后,全国中小企业股份转让系统将在不超过 15 个工作日内作出是否同意其股票终止挂牌的决定。

(3) 在三木智能取得全国中小企业股份转让系统同意其股票终止挂牌函后,

三木智能即可以向深圳市市场监督管理局（以下简称“该局”）申请公司组织形式和三木智能公司名称变更。股份有限公司向该局提交变更为有限责任公司和变更公司名称的申请后，该局将在不超过 5 个工作日内完成公司组织形式和公司名称变更的工商登记事项。

（4）在三木智能完成公司组织形式和公司名称变更后，交易对方即可将其持有的三木智能 100%股权全部转让给楚天高速。在三木智能完成公司组织形式变更后的有限公司向该局提交股权转让的申请文件后，该局将在不超过 5 个工作日内完成股权转让的工商变更登记事项。

综上，通常情况下，三木智能完成在新三板终止挂牌、公司组织形式和公司名称变更、股权转让工商登记事项预计的时间分别至多需要 15 个工作日、5 个工作日和 5 个工作日，累计不超过 30 个工作日，且上述预计时间的确认都是根据有权部门的明确答复所确定。据此，财务顾问认为本次交易符合《重组管理办法》第四十三条第（四）项的规定。

2、前述相关手续能否在 30 个工作日内完成，若不能按期完成，是否构成对本次重组交易的实质障碍，是否违反《重组管理办法》第 11 条第 4 款和第 43 条第 4 款的相关规定。请对前述事项进行风险提示，并请财务顾问和律师发表意见。

如上所述，通常情况下，三木智能完成在新三板终止挂牌、公司组织形式和公司名称变更、股权转让工商登记事项预计的时间累计不会超过 30 个工作日。如届时上述相关事项不能在 30 个工作日内完成，则交易对方与楚天高速将根据《中华人民共和国合同法》第 61 条的规定，签订补充协议就《发行股份及支付现金购买资产协议》第 9.2.7 条约定的时间进行调整。之后三木智能将按照《发行股份及支付现金购买资产协议》和补充协议的约定继续履行相关义务，在中国证监会核准本次交易后 12 个月的有效期内继续向全国中小企业股份转让系统提出终止挂牌的申请，以顺利完成三木智能的过户手续。

《交易报告书（草案）（修订稿）》已作如下风险提示：

“《购买资产协议》约定，交易对方保证在本次交易获得中国证监会核准后

的 30 个工作日内，三木智能完成在新三板终止挂牌、公司组织形式和公司名称变更、股权转让工商登记事项。通常情况下，三木智能完成上述相关事项预计的时间分别至多需要 15 个工作日、5 个工作日和 5 个工作日，累计不超过 30 个工作日，上述预计时间的确认都是根据有权部门的明确答复所确定。

如届时上述相关事项不能在 30 个工作日内完成，则交易对方与楚天高速将根据《中华人民共和国合同法》第 61 条的规定，签订补充协议就《发行股份及支付现金购买资产协议》第 9.2.7 条约定的时间进行调整。之后三木智能将按照《发行股份及支付现金购买资产协议》和补充协议的约定继续履行相关义务，在中国证监会核准本次交易后 12 个月的有效期内继续向全国中小企业股份转让系统提出终止挂牌的申请，以顺利完成三木智能的过户手续。

综上，虽然，通常情况下，标的资产能在 30 个工作日内完成过户，但是，仍然存在不能如期完成过户的可能性，请投资者关注相关风险。”

经核查，独立财务顾问认为，通常情况下，标的资产能在 30 个工作日内完成过户，若不能在 30 个工作日内完成，根据《购买资产协议》的相关条款，交易双方签署补充协议继续推进上述相关事项，在中国证监会核准本次交易后 12 个月的有效期内完成标的资产的过户，因此，即使前述相关手续未在 30 个工作日内完成，也不会构成对本次重组交易的实质障碍，《交易报告书（草案）（修订稿）》已对前述事项进行了风险提示，本次交易符合《重组管理办法》第 11 条第 4 款和第 43 条第 4 款的相关规定。

(四) 草案披露, 2015 年 4 月露笑科技拟收购标的资产。当时标的资产出具的 2015 年至 2017 年业绩承诺为: 10,000 万元、11,500 万元和 13,200 万元, 复合增长率约为 15%。业绩承诺期内的平均承诺净利润水平为 11,566.67 万元, 对应于 11.5 亿的作价, 市盈率为 9.94; 本次交易, 标的资产出具的 2016 年至 2019 年业绩承诺为: 9,800 万元、11,800 万元、14,000 万元和 17,000 万元, 复合增长率约为 20%, 业绩承诺期内的平均承诺净利润水平为 13,150.00 万元, 对应于 12.6 亿的作价, 市盈率为 9.58。请补充披露: (1) 标的资产 2015 年扣非后净利润为 5432.87 万元, 未完成前次重组时 1 亿元的业绩承诺, 请具体说明未完成的具体原因; (2) 标的资产 2016 年、2017 年的业绩承诺均低于前次评估时出具的同期业绩承诺, 请结合标的资产未来盈利预测的主要参数说明本次评估时预测利润下降的原因与合理性; (3) 请结合标的资产历史业绩、在手订单情况、新增业务的运营风险等, 量化分析标的资产实现本次业绩承诺的合理性。请财务顾问与评估师发表意见。

回复:

1、标的资产 2015 年扣非后净利润为 5,432.87 万元, 未完成前次重组时 1 亿元的业绩承诺, 请具体说明未完成的具体原因

2015 年扣非后净利润为 5,432.87 万元, 未完成前次重组时 1 亿元的业绩承诺的主要原因如下:

(1) 公司产品战略的调整

三木智能与露笑科技之间的收购交易于 2015 年 6 月 30 日发布公告宣布终止。三木智能在没有业绩压力的情况下, 对盈利预测时的产品战略进行了调整, 放弃了 2014 年印尼市场出货量最大的客户 EVERCOSS 在 2015 年的主要销售订单(以低毛利为主), 集中精力于新产品研发和新市场的拓展, 导致对其销售收入较 2014 年下降了 21,804.18 万元, 按照三木智能 2015 年的手机销售毛利率 8.05% 匡算毛利贡献 1,755.24 万元。

（2）主要平板客户销量和售价下降

2015 年全球经济状况都不乐观，三木智能向其平板电脑主要客户 ADVAN、IBALL 等的销售也出现一定下滑。就 ADVAN 而言，2014 年 ADVAN 以高端市场为主，2015 年由于全球市场走软，其机型选择上倾向于兼顾中低端消费者（三木智能向其销售该等商品，还是秉承最低毛利率 10%左右的目标利润报价原则），另，2015 年销售的平板机型变少，有两款系 2014 年尾货，部分新机型处在研发、试产阶段，在当年没有实现量产出货。最终导致三木智能对其销量和价格双双下滑，收入较上年同期减少 25,753.22 万元，按照 2015 年三木智能平板电脑销售毛利率 10.94%匡算毛利贡献 2,817.40 万元。

综上，在为 2015 年收购交易所作的盈利预测中，上述主要客户的毛利贡献较 2014 年是增长的，所以，在 2015 年扣非后期间费用和 2014 年未出现明显波动的情况下，前述主要客户毛利较上年同期不增反降，是最终导致了承诺的业绩未实现的主要原因。

为了减少上述主要客户市场需求波动的不利影响，首先，三木智能通过提供优质的产品及服务，维护现有良好的客户关系，其次，在销售区域方面，三木智能积极拓展新的目标市场，主要包括南美洲、东欧、非洲和越南等其他东南亚国家，与当地品牌商和运营商建立了业务合作关系，近年来新客户资源不断增加，前五大客户的销售占比也在逐步下降。

2、标的资产 2016 年、2017 年的业绩承诺均低于前次评估时出具的同期业绩承诺，请结合标的资产未来盈利预测的主要参数说明本次评估时预测利润下降的原因与合理性

三木智能此次预测 2016 年净利润 9,797.39 万元，较上次预测金额 11,500 万元减少 1,702.61 万元；此次预测 2017 年净利润 11,773.35 万元，较上次预测金额 13,200 万元减少 1,426.65 万元。

经核对上次盈利预测表与本次盈利预测表，本次盈利预测平板电脑和手机的收入较上次预测同期较大幅度减少，是上述预测净利润下降的主要原因。究其原因，主要有以下两点：

①本次预测未考虑国内市场的销售。由于国内手机、平板竞争激烈，三木智能利用有限资源，专注物联网应用终端方向的拓展，手机和平板电脑主要面向海外市场，未计算国内的销售收入。

②上次预测产品的内销和外销，均未考虑售价的下降，产品的售价持续恒定。本次评估一方面由于 2015 年平板电脑平均价格下挫，一定程度拉低了本次预测期的平均价格水平，另一方面，三木智能在预测时从谨慎的角度考虑了全球电子行业的发展及电子技术的提升，电子元器件的供应能力有了较大幅度提升，价格总体呈缓慢下降趋势。

综上，三木智能 2016 年、2017 两次预测对比，本次预测与上次预测净利润下降主要体现在收入的下降上，本次预测更多考虑了国内、国外市场销售的变化及电子产品的销售特点，与三木智能产品实际销售状况相符。

3、请结合标的资产历史业绩、在手订单情况、新增业务的运营风险等，量化分析标的资产实现本次业绩承诺的合理性

(1) 预测收入实现的合理性

A. 2016 年收入预测实现的合理性

2016 年 1-6 月，三木智能累计已实现的销售收入约为 5.30 亿元(未经审计)，2016 年 7 月 1 日至 22 日实现出货约 0.63 亿元（未经审计）。在手未出货订单一般周期为一到一个半月，截至 2016 年 7 月 22 日，在手订单金额约为 2.10 亿元。占 2016 年 7 月 21 日至 2016 年 12 月 31 日收入预测 8.89 亿元（4-12 月收入预测 12.62 亿，扣除 4 月 1 日至 2016 年 7 月 22 日已完成出货金额 3.73 亿）的 24%，若简单乘以五个月匡算 2016 年收入预测实现不存在重大不确定性。

B.自 2017 年起预测期收入实现的合理性

2016 年根据已实现出货及在手订单、客户签署的合作意向协议，预测 2016 年 4-12 月销售数量，在此基础上，自 2017 年起预测期内，结合三木智能的发展计划、主要客户所在地市场增长预测、主要客户的长期合作意向，本着谨慎预测的原则，考虑到新增业务的风险，对各期销售数量予以适当的增长。

2016 年根据已实现出货及在手订单、客户签署的合作意向协议，预测 2016 年 4-12 月销售价格，在此基础上，自 2017 年起预测期内，随着全球电子行业的发展及电子技术的提升，电子元器件的供应能力有了较大幅度提升，价格总体呈缓慢下降趋势，同时考虑到新增业务的风险，预测期内主要产品销售价格作了适当的降低。

2017 年至 2019 年的预测收入结果如下：

产品名称	销售收入（万元）				
	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	永续年
一、主营收入	172,559.30	198,796.57	228,311.40	244,958.74	244,958.74
1) 内销	18,791.55	26,010.15	35,536.25	39,403.13	39,403.13
技术服务	1,358.28	1,820.94	2,397.64	2,611.03	2,611.03
车联网	9,055.20	12,139.63	15,984.25	17,406.85	17,406.85
智能手表	6,380.00	9,182.78	12,272.79	13,972.57	13,972.57
PAD 板	1,998.07	2,866.79	4,881.57	5,412.69	5,412.69
2) 外销	153,767.75	172,786.42	192,775.15	205,555.61	205,555.61
手机	31,830.46	37,432.62	42,617.04	44,300.42	44,300.42
平板	111,877.71	124,050.01	137,546.65	147,807.63	147,807.63
配件材料	10,059.57	11,303.78	12,611.46	13,447.56	13,447.56
二、其他收入	-	-	-	-	-
三、营业收入合计	172,559.30	198,796.57	228,311.40	244,958.74	244,958.74

2017 年预测收入为 17.26 亿元，同比增幅 16.37%；2018 年预测收入为 19.88 亿元，同比增幅 15.20%；2019 年预测收入为 22.83 亿元，同比增幅 14.85%；2020 年预测收入为 24.50 亿元，同比增幅 7.29%。预测收入增幅逐年递减，趋于稳定。

三木智能销售收入预测的合理性分析请参见本回复“三、关于本次交易标的资产的估值”之“（七）”之“1”的相关内容。

（2）预测营业成本的合理性

预测期内，2016 年的成本预测主要是基于在手订单或合作意向协议产品对应的 BOM 清单及目前的加工费、制造费用水平确定的。预测期内，在前述销售数量预测的前提下，考虑到下述因素对单位营业成本构成进行预测：随着全球电子行业的发展及电子技术的提升，电子元器件的供应能力有了较大幅度提升，芯片、内存等主要原材料的价格呈现逐期降低的趋势，符合电子行业原材料价格波动特点；规模效应将使得单位加工费和制造费用会逐年下降。

预测期营业成本预测结果如下：

单位：万元

产品名称	2016 年 4-12 月			2017 年		
	成本	收入	毛利率	成本	收入	毛利率
一、内销	10,670.20	14,612.26	26.98%	13,238.12	18,791.55	29.55%
技术服务	20.00	200.00	90.00%	135.83	1,358.28	90.00%
车载及智能	6,333.92	7,700.00	17.74%	7,600.15	9,055.20	16.07%
智能手表	3,589.60	4,957.26	27.59%	4,666.48	6,380.00	26.86%
多参仪 pad 板	726.67	1,755.00	58.59%	835.65	1,998.07	58.18%
二、外销	98,801.21	111,583.63	11.46%	136,670.71	153,767.75	11.12%
手机	20,686.88	23,260.32	11.06%	28,775.64	31,830.46	9.60%
平板电脑	71,617.45	81,023.45	11.61%	98,942.05	111,877.71	11.56%
配件及材料	6,496.88	7,299.86	11.00%	8,953.02	10,059.57	11.00%
主营业务合计	109,471.40	126,195.90	13.25%	149,908.82	172,559.30	13.13%
产品名称	2018 年			2019 年		
	成本	收入	毛利率	成本	收入	毛利率
一、内销	18,485.71	26,010.15	28.93%	25,275.92	35,536.25	28.87%
技术服务	182.09	1,820.94	90.00%	239.76	2,397.64	90.00%
车载及智能	10,184.65	12,139.63	16.10%	13,538.89	15,984.25	15.30%
智能手表	6,920.04	9,182.78	24.64%	9,435.47	12,272.79	23.12%
多参仪 pad 板	1,198.94	2,866.79	58.18%	2,061.79	4,881.57	57.76%

二、外销	153,902.33	172,786.42	10.93%	171,963.58	192,775.15	10.80%
手机	34,174.04	37,432.62	8.71%	39,132.22	42,617.04	8.18%
平板电脑	109,667.92	124,050.01	11.59%	121,607.17	137,546.65	11.59%
配件及材料	10,060.37	11,303.78	11.00%	11,224.20	12,611.46	11.00%
主营业务合计	172,388.04	198,796.57	13.28%	197,239.50	228,311.40	13.61%
产品名称	2020 年			永续年		
	成本	收入	毛利率	成本	收入	毛利率
一、内销	28,412.91	39,403.13	27.89%	28,412.91	39,403.13	27.89%
技术服务	287.21	2,611.03	89.00%	287.21	2,611.03	89.00%
车载及智能	14,861.88	17,406.85	14.62%	14,861.88	17,406.85	14.62%
智能手表	10,959.30	13,972.57	21.57%	10,959.30	13,972.57	21.57%
多参仪 pad 板	2,304.52	5,412.69	57.42%	2,304.52	5,412.69	57.42%
二、外销	183,592.71	205,555.61	10.68%	183,592.71	205,555.61	10.68%
手机	40,686.94	44,300.42	8.16%	40,686.94	44,300.42	8.16%
平板电脑	130,802.97	147,807.63	11.50%	130,802.97	147,807.63	11.50%
配件及材料	12,102.81	13,447.56	10.00%	12,102.81	13,447.56	10.00%
主营业务合计	212,005.63	244,958.74	13.45%	212,005.63	244,958.74	13.45%

2017 年至 2019 年，各类产品收入毛利率水平均未超过 2016 年 4-12 月的预测水平，三木智能整体毛利率基本平稳，这和三木智能在预测期内维持研发费用的持续投入不断推出各领域的新产品的发展计划、坚持主导产品预期毛利率水平的成本加成定价政策相吻合。

（3）预测期间费用实现的合理性

三木智能报告期内实际发生和 2016 年 4 月至 2019 年预测发生的期间费用情况列示如下：

	2014 年	2015 年	2016 年		2017 年	2018 年	2019 年
			1-3 月	4-12 月			
营业收入	157,298.85	123,031.43	22,085.03	126,195.90	172,559.30	198,796.57	228,311.40
销售费用	848.37	911.43	187.53	835.05	1,160.23	1,321.76	1,477.63
	0.54%	0.74%	0.85%	0.66%	0.67%	0.66%	0.65%
管理费用	5,440.52	7,059.58	1,185.83	5,662.53	7,237.42	7,610.26	8,394.02
	3.46%	5.74%	5.37%	4.49%	4.19%	3.83%	3.68%
财务费用	340.35	-68.17	-147.40	327.40	365.88	266.14	179.85
	0.22%	-0.06%	-0.67%	0.26%	0.21%	0.13%	0.08%

A.销售费用的合理性

销售费用占收入的比例在报告期内及预测期内相对稳定。

B.管理费用的合理性

预测期内三木智能维持研发费用的持续投入不断推出各领域的新产品的发展计划，管理费用金额持续上升，但同时收入增幅较大，规模效应明显，管理费用占收入的比例微有下降。

C.财务费用的合理性

财务费用预测期内未预测汇兑损益，仅对常规手续费进行预测，占收入比重较小。

综上，经核查，独立财务顾问认为，2015 年三木智能产品战略的调整、平板电脑市场需求波动导致其前次交易作的盈利预测未实现；两次交易所作盈利预测在 2016 年、2017 年的差异原因在于对国内市场以及平均销售价格预测不同导致的收入差异，本次交易所作盈利预测合理、符合三木智能实际情况；2016 年上半年主要客户平板电脑出货量提升，区域市场需求企稳，预测期收入系结合实际出货情况、在手订单和合作意向协议，以及 2017 年到 2019 年三木智能主要海外市场的需求增长预期等各方面因素后确定的，合理、可实现，预测期毛利水平较之报告期相对比较稳定，期间费用占比不存在明显异常，因此实现业绩承诺不

存在重大不合理性。

三、关于本次交易标的资产的估值

(五) 草案披露, 2014 年、2015 年及 2016 年 1-3 月, 标的资产手机产品实现的毛利率分别为 9.66%、8.05%、10.7%, 预测期内毛利率为 11.06%、9.6%、8.71%、8.18%、8.16%。请公司结合销售对象、市场份额、产品技术、外协加工等情况补充披露: (1) 2015 年手机毛利率下降的原因; (2) 2016 年 1-3 月及 4-12 月手机毛利率持续大幅上升的原因与合理性。请财务顾问与评估师发表意见。

1、2015 年手机毛利率下降的原因

2015 年, 全球市场需求不及预期, 三木智能加大智能手机的推广力度, 为了开拓越南及罗马尼亚手机市场, 向越南 MASSCOM 及罗马尼亚 ALLVIEW 提供的产品主要系客户产品系列中毛利率较低的中低端产品, 主要机型为 G401、G452 及 G502, 导致当年三木智能手机毛利率较上年出现一定程度的下滑。

2、2016 年 1-3 月及 4-12 月手机毛利率持续大幅上升的原因与合理性

2016 年 1-3 月及 4-12 月手机毛利率持续大幅上升的原因, 是手机产品平均销售单价的不断提高。

2016 年 1-3 月及 4-12 月预测期, 手机产品平均销售单价为 40 美元, 较 2015 年的平均销售单价 38 美元, 提高约 2 美元/部, 增幅达 5.26%, 在成本没有同比例上升的情况下导致毛利率出现增长。2016 年 4-12 月预测期较 1-3 月的毛利率略升, 主要系基于各机型销售规模的扩大带来的原材料采购价格、加工费、制造费用等略降。

手机和其他电子产品一样, 每一款产品都有其生命周期, 在推出初期, 售价和毛利率较高。2016 年手机销售单价提高的原因主要就在于 2015 年设计研发的部分新机型陆续面市, 新工艺以及新技术在新机型上的组合应用, 实现应用性技术上的持续创新, 推出的产品市场认可度高。如 FW510、FW451 等机型售价相对较高, 在 2016 年 1-3 月的平均销售单价为 57 美元、47 美元。根据三木智能和 ADVAN 签署的合作意向协议及在手订单价格, 为 ADVAN 定制的 G-one 机型,

平均销售单价约为 95 美元，量产后预计 2016 年出货 15 万台。

综上，经核查，独立财务顾问认为，2015 年较上年手机毛利率的下滑主要系由于以低毛利率产品开始推广与客户的手机合作导致的，2016 年 1-3 月和 4-12 月预测期毛利率的上升主要系由于新机型的面市，带动平均售价提高，上述毛利率波动合理。

(六) 草案披露, 三木智能的车联网应用通信模块主要为元征科技研发。2014 年、2015 年、2016 年 1-3 月车联网及其他产品合计收入为 2726.53 万元、2597.31 万元及 1112.43 万元。请公司补充披露:(1) 三木智能与元征科技的合作模式, 包括该通信模块的资产权属, 收费方式, 是否有后续软件技术服务, 该通信模块是否只能应用于 GOLO 产品, 三木智能是否能够为其他公司产品提供该模块, 是否具备扩大生产的可能性;(2) 请结合该通信模块的销售对象与主要协议, 说明 2015 年销售收入较 2014 年下降的原因;(3) 结合报告期内已实现及目前在手订单数量与主要客户, 说明车联网产品 2016 年 4-12 月至 2020 年的销售收入达到 7700 万元、9055 万元、12139 万元、15984 万元、17406 万元的可实现性。请财务顾问与评估师发表意见。

回复:

1、三木智能与元征科技的合作模式, 包括该通信模块的资产权属, 收费方式, 是否有后续软件技术服务, 该通信模块是否只能应用于 GOLO 产品, 三木智能是否能够为其他公司产品提供该模块, 是否具备扩大生产的可能性

(1) 该通信模块的主要专利及技术秘密权属

三木智能与元征科技签订了《技术(软件)合作开发合同》, 接受元征科技的委托进行 golo 系列产品软件组件的技术开发。按照协议约定, 合同项下所产生技术成果的全部知识产权, 包括但不限于版权、专利权、专利申请权、技术秘密归元征科技所有, 未经元征科技许可, 三木智能不得实施也不得将该技术成果以任何方式提供给任何第三方。在完成开发成果交付后, 三木智能一次性收取技术开发费, 无后续授权使用费。

(2) 收费方式

硬件销售: 三木智能将 golo 通信模块组件出售给元征科技指定的深圳市欧亚美华电子科技有限公司(以下简称“欧亚美华”), 不再针对其收取后续的服务费。

软件销售：出售的硬件设备必须安装三木智能自主开发具有独立知识产权的“三木智能基于无线网络的车辆监控软件”。因此，三木智能向元征科技授权销售该软件，单套软件有许可安装的硬件数量限制，现行规定为每套许可 1000 台安装。

（3）是否具备扩大生产的可能性

由于 golo 的通信模块组件由三木智能单独为元征科技 golo 产品定制开发，因此不具备直接向其他客户推广扩大规模的可能。但是公司通过该产品的研发生产积累了车联网相关产品的技术储备，为该领域的业务拓展打下了良好的基础，具备该类型产品的扩大生产可能性。目前，公司已与其他车联网终端产品的厂商签署订单或合作协议。

2、请结合该通信模块的销售对象与主要协议，说明 2015 年销售收入较 2014 年下降的原因

2014 年、2015 年车联网及其他产品合计收入为 2,726.53 万元、2,597.31 万元，其中向欧亚美华销售的 golo 通信模块核心组件 2014 年、2015 年的销售金额分别为 1,646.65 万元、1,958.46 万元。2015 年销售收入较之 2014 年有所上升，主要是随着元征 golo 产品在市场的铺开，出货量有所上涨的原因。

其他产品主要为智能家居及其他零星物联网应用端产品的销售，2014 年主要包括为松下生产的智能家居操控终端销售收入 625.00 万元，2015 年三木智能未向松下实现销售。

3、结合报告期内已实现及目前在手订单数量与主要客户，说明车联网产品 2016 年 4-12 月至 2020 年的销售收入达到 7700 万元、9055 万元、12139 万元、15984 万元、17406 万元的可实现性

（1）2016 年 4-12 月预测收入的可实现性

公司车联网产品从 2016 年 4 月 1 日至 7 月 22 日，销售金额 310.81 万元，在手订单金额 590.12 万元，在途订单（客户正在和三木智能确定规格配置、通过邮件要求提前备货的）金额 4,060.47 万元，合计金额 4,961.40 万元。2016 年 4-12

月预测销售金额 7,700.00 万元，车联网产品出库销售金额、在手订单、在途订单金额约占 2016 年 4-12 月销售预测金额的 64%。

（2）2017 年-2020 年预测收入的可实现性

①行业及客户增长预期

中投顾问在《2016-2020 年中国车联网行业深度调研及投资前景预测报告》中预测，2017 年我国车联网市场将达到 250.9 亿元，2013-2017 年的年均复合增长率为 31.5%，显示出我国车联网市场广阔的发展空间。

近日，三木智能的主要车联网合作客户元征科技荣获“亚洲 UBI¹供应商--技术供应商”第二名，彰显了元征科技在 UBI 市场的重要地位，也预示着，其车联网产品在近几年的销售将超出行业平均水平。

②三木智能的销售预测

三木智能根据上年的市场销售情况及 2016 年已实现销售及目前在手订单和客户签署的战略合作协议，预测 2016 年 4-12 月车联网产品销售数量 35 万台，在此基础上，结合自身的客户开发和产品开发计划、市场需求、研究机构的预测数据和现有客户的战略合作协议，对后期销售数量予以适当的的增长，2017 年在 2016 年销售数量的基础上增长 16%，2018 年在 2017 年销售数量的基础上增长 35%，2019 年至 2020 年增长率呈下降态势，至 2020 年增长率为 10%。2018 年较上年的增长率大幅提升系基于：三木智能现有车联网客户对未来几年销售预期、三木智能对中国车联网市场发展的预期，尤其是 UBI 的不断推广给车联网市场带来的机会；三木智能在车联网领域的客户开发和产品开发计划。整体而言，三木智能车联网产品收入预测期内的增长率，在行业预测增长率范围内，且主要客

¹ UBI 是基于车载信息处理的保险方式，可通过全面的数据和驾驶行为分析，为车主提供个性化服务。UBI 不但能够更好的控制索赔成本、优化保费、提高利润率、区分投保人的产品和服务；同时，还有助于帮助司机改善驾驶行为从而减少事故发生；这种方式改变了传统保险模式，使车险变得更为有效。随着大数据时代的到来，UBI 作为新型保险越来越吸引全球的广泛关注。在细分市场方面，UBI 正被用于需求日益增长的汽车保险行业中，这在北美与欧洲已是家喻户晓，亚洲也逐渐引入。

<http://cnlaunch.com/news-detail/100103026.html>

户为业内佼佼者，预测合理，可实现。

综上，经核查，独立财务顾问认为，虽然三木智能目前和客户合作的车联网产品均属定制模式，不具备直接向其他客户推广扩大规模的可能，但是，三木智能通过相关产品研发涉及和品质控制的经验积累、车联网终端产品市场的口碑效应，可以为其他车联网客户定制或自创品牌独立面对终端消费者，具备该类型产品的扩大生产可能性；预测期的销售收入系三木智能根据实际出货情况、在手订单和合作意向协议、未来几年的客户开发和产品开发计划、车联网市场预测数据等综合确定的，预测过程合理，结果可实现。

(七) 草案披露, 本次重组标的资产采用收益法评估。2017 年至 2020 年期间, 预测的营业收入年均增长率较高。请补充披露: (1) 结合标的资产主营产品, 对预测收入进行量化分析, 详细说明收入预测的合理性和可实现性; (2) 预测营业收入大幅增加的情况下, 对资本性支出的考虑和安排, 并进行量化分析; (3) 请结合资产评估准则和相关指导意见等, 详细说明预测永续年限营业收入的依据, 以及将预测期内的最高值作为永续年限预测值的合理性。请财务顾问与评估师发表意见。

回复:

1、结合标的资产主营产品, 对预测收入进行量化分析, 详细说明收入预测的合理性和可实现性

(1) 预测期 2016 年 4 月至 2020 年各预测期收入如下表:

产品名称	计量	销售收入 (万元)				
	单位	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
		4-12 月				
一、主营收入		126,195.90	172,559.30	198,796.57	228,311.40	244,958.74
1) 内销		14,612.26	18,791.55	26,010.15	35,536.25	39,403.13
手机	台					
平板	台					
技术服务收入		200.00	1,358.28	1,820.94	2,397.64	2,611.03
车联网	台	7,700.00	9,055.20	12,139.63	15,984.25	17,406.85
智能手表		4,957.26	6,380.00	9,182.78	12,272.79	13,972.57
pad 板 (多参仪控制板)	台	1,755.00	1,998.07	2,866.79	4,881.57	5,412.69
配件及材料	台					
2) 外销		111,583.63	153,767.75	172,786.42	192,775.15	205,555.61
手机	台	23,260.32	31,830.46	37,432.62	42,617.04	44,300.42
平板	台	81,023.45	111,877.71	124,050.01	137,546.65	147,807.63
配件及材料		7,299.86	10,059.57	11,303.78	12,611.46	13,447.56
二、其他收入						
三、营业收入合计		126,195.90	172,559.30	198,796.57	228,311.40	244,958.74

①手机产品的收入预测

A、2016 年 4-12 月预测情况

手机产品从 2016 年 4 月 1 日至 7 月 22 日已出库销售金额 9,207.85 万元,在手订单金额 3,621.50 万元,在途订单金额为 2,877.60 万元,合计金额 15,706.95 万元。2016 年 4-12 月预测销售金额 23,260.32 万元,手机出库销售金额、在手订单金额、在途订单金额约占 2016 年 4-12 月销售预测金额的 67%。

手机订单周期一般为一个月左右,按照目前的在手订单预估 8-12 月的手机销售金额约为 18,107.50 万元(3,621.50 万元乘以五个月),加上 2016 年 4 月 1 日至 7 月 22 日已出库销售金额 9,207.85 万元,合计 27,315.35 万元,超过 2016 年 4-12 月预测销售金额,收入预测合理、可实现。

B、2017 年至 2020 年的预测情况

在整个预测期,手机的销售数量持续增长,考虑受市场饱和和竞争的影响,增长率呈缓慢下降态势。三木智能根据上年的市场销售情况、2016 年已实现销售及目前在手订单和客户签署的战略合作协议,预测 2016 年 4-12 月销售数量。在此基础上,结合三木智能近几年的产品开发和市场开发计划、市场需求、研究机构的预测数据和现有客户的主要合作协议,对预测期销售数量予以适当的生长。2017 年销售数量在上年的基础上增幅 25%,销售金额 31,830.46 万元,2018 年销售数量在上年的基础上增幅 20%,销售金额 37,432.62 万元,2019 年销售数量在上年的基础上增幅 15%,销售金额 42,617.04 万元,2020 年销售数量在上年的基础上增幅 5%,销售金额 44,300.42 万元。具体手机出货量预测的合理性和可实现性参见本回复之“四、关于标的资产经营相关情况”之“(八)”之“2”的相关内容。

销售单价考虑电子元器件行业价格总体呈缓慢下降趋势,评估机构对手机销售单价 2017 年至 2018 年逐年下降 2%,2019 年至 2020 年逐年下降 1%。

②平板产品的预测

A、2016 年 4-12 月预测情况

平板产品从 2016 年 4 月 1 日至 7 月 22 日已出库销售金额 27,958.38 万元,在手订单金额 15,761.96 万元,在途订单金额 13,832.61 万元,合计金额 57,552.95

万元。2016 年 4-12 月预测销售金额 81,023.45 万元，平板出库销售金额、在手订单金额、在途订单金额合计约占 2016 年 4-12 月销售预测金额的 71%。

平板订单周期一般为一个月左右，按照目前的在手订单预估 8-12 月的平板销售金额约为 78,809.81 万元（15,761.96 万元乘以五个月），加上 2016 年 4 月 1 日至 7 月 22 日已出库销售金额 27,958.38 万元，合计 106,768.19 万元，超过 2016 年 4-12 月预测销售金额，收入预测合理、可实现。

B、2017 年至 2020 年的预测情况

在整个预测期，平板的销售数量持续增长，考虑受市场饱和和竞争的影响，增长率呈缓慢下降态势。三木智能根据上年的市场销售情况、2016 年已实现销售及目前在手订单和客户签署的战略合作协议，预测 2016 年 4-12 月销售数量。在此基础上，结合三木智能近几年的产品开发和市场开发计划、市场需求、研究机构的预测数据和现有客户的主要合作协议，对预测期销售数量予以适当的增长。2017 年销售数量在上年的基础上增幅 17%，销售金额 111,877.71 万元，2018 年销售数量在上年的基础上增幅 12%，销售金额 124,050.01 万元，2019 年销售数量在上年的基础上增幅 12%，销售金额 137,546.65 万元，2020 年销售数量在上年的基础上增幅 8%，销售金额 147,807.63 万元。具体平板电脑出货量预测的合理性和可实现性参见本回复之“四、关于标的资产经营相关情况”之“（八）”之“2”的相关内容。

销售单价考虑电子元器件行业价格总体呈缓慢下降趋势，评估机构对平板销售单价 2017 年至 2019 年逐年下降 1%，2020 年价格趋于稳定，在上年的基础上下降 0.5%。

③智能手表的预测

A、2016 年 4-12 月预测情况

三木智能目前智能手表的主要客户为北斗国信，三木智能于 2016 年 4 月 19 日与北斗国信智能科技（北京）有限公司签订框架销售协议，销售数量是 48 万只手表，销售单价 246.15 元/只(已扣增值税)，销售金额 11,815.38 万元，三木智能根据项目实际进度，考虑新业务风险，在 2016 年 4-12 月预测销售收入为 4,957

万元，预测数据低于此框架协议金额。目前，该款手表样机已经试产交货。

B、2017 年至 2020 年的预测情况

三木智能根据 2016 年与客户签署的合作意向协议，预测 2016 年 4-12 月销售数量。在此基础上，结合三木智能近几年的产品开发和市场开发计划、市场需求、研究机构的预测数据和现有客户的主要合作协议，对预测期销售数量予以适当的的增长。2017 年预测数据 6,380 万元，在 2016 年预测收入的基础上增幅 28.71%，2018 年预测数据 9,182 万元，在 2017 年预测收入的基础上增幅 43.92%，2019 年预测数据 12,273 万元，在 2018 年预测收入的基础上增幅 33.66%，2020 年预测数据 13,972 万元，在 2019 年预测收入的基础上增幅 13.84%。

根据中商产业研究院调研，2015 年中国智能手表市场规模达 52 亿元，随着主要的智能手表系统平台及大数据服务平台的搭建完毕，基于健康大数据的服务类产品逐步成熟，产品差异化加大。到 2020 年，智能手表市场规模预计增长到 300 亿元。2016 年至 2020 年智能手表的市场规模增长率在 65%-25%之间，复合增长率为 42%，可见三木智能的预测增幅水平基本在该研究报告幅度范围内，且凭借北斗国信领先的定位导航技术和强大的品牌影响力，预期三木智能和其合作的产品销售将优于行业平均水平。

销售单价考虑电子元器件行业价格总体呈缓慢下降趋势，评估机构 2017 年至 2020 年销售单价均在上年的基础上逐年下降 1%。

④多参仪 PAD 板的预测

A、2016 年 4-12 月预测情况

根据三木智能和具体合作单位深大赫云签署的合作意向书，预计 2016 年出货 5 万套。但三木智能根据实现出货情况、在手订单金额、和客户沟通的最新计划，预计 2016 年 4-12 月销售 1.5 万套，销售金额 1,755.00 万元。多参仪 PAD 板产品从 2016 年 4 月 1 日至 7 月 22 日已出库销售金额 27.95 万元，在手订单金额 244.51 万元，在途订单金额 353.85 万元，合计金额 626.30 万元，约占 2016 年 4-12 月销售预测金额的 36%。

B、2017 年至 2020 年的预测情况

a.多参仪未来市场需求分析

未来几年多参仪的市场需求将迅速发展，主要来自于：

农村基层医疗和社会健康医疗站进一步扩展，养老院、康复中心等数量会爆发式增长，连锁药店为客户做简易检查也是增长热点；

随着人民生活水平的提高，健康管理将更多地进入家庭服务，家庭版的健康一体机（多参仪）将呈现爆发式的需求增长。同时家庭的随访医生等也将大量增加，这种便携式的全科医用检查仪将非常受欢迎；

为了全民健康管理，各大中小学校、工矿企业等单位都将设置健康管理机作为对人的日常健康检测管理，提升人民健康水平；

健康管理在东南亚市场越来越受到欢迎，特别是印尼、印度等国家，有很大的市场潜力；

非洲很多国家医疗条件较落后，这种价格低廉的设备仪器可以满足普通人的健康检查需要，将是非常大的潜在市场。特别是中兴集团在非洲国家援建项目上有优势，可以借助中兴集团在海外的网络进行推广；

即使在发达地区，这种健康管理设备也将会非常受欢迎，特别是未来推出的家庭版仪器。

b.收入预测情况

根据多参仪 PAD 板的销售合同、在手订单情况及市场需求，预计 2016 年 4-12 月销售 1.5 万套，销售金额 1,755.00 万元，在此基础上，结合三木智能近几年的产品开发和市场开发计划、前述市场需求分析、和现有客户的主要合作协议，对预测期的销售数量予以适当的的增长。2017 年增加至 1.725 万套(在上年的基础上增幅 15%)，销售金额 1,998.00 万元，2018 年增加至 2.5 万套(在上年的基础上增幅 45%)，销售金额 2,866.79 万元，2019 年增加至 4.3 万套(在上年的基础上增幅 72%，前期销售基数较小，该年增幅较大)，销售金额 4,881.57 万元，2020 年增加至 4.81 万套(在上年的基础上增幅 12%)，销售金额 5,412.68 万元。2018 年和 2019 年增幅较大的主要原因系，一方面，在中兴通讯加大多参仪营销推广并

根据市场反馈不断改良后，预期市场增速加快，另一方面，三木智能计划于 2017 年下半年开始和中兴通讯合作推广海外市场，2018 年、2019 年推广效应会显现，增长加速。

销售单价考虑电子元器件行业价格总体呈缓慢下降趋势，评估机构 2017 年至 2020 年销售单价均在上年的基础上逐年下降 1%。

⑤车联网的预测

关于车联网的收入预测请参见回复本小节之“（六）”之“3”的相关内容。

综上，三木智能根据上年的市场销售情况、2016 年已实现销售及目前在手订单和客户签署的战略合作协议，预测 2016 年 4-12 月销售数量。在此基础上，结合三木智能近几年的产品开发和市场开发计划、市场需求、研究机构的预测数据和现有客户的主要合作协议，对预测期销售数量予以适当的增长，预测过程合理，收入可实现。

2、预测营业收入大幅增加的情况下，对资本性支出的考虑和安排，并进行量化分析

（1）在预测营业收入大幅增加的情况下，资本性支出未大幅增长的原因

预测期三木智能所有的产品（包括新投入的智能手表、多参仪 PAD 板），其加工环节均外包给外协厂，无需新投入生产、加工设备及厂房。因此，资本性投入仅考虑对现有的房屋建筑物（研发、供应链、营销和管理人员办公楼）、研发、检测和办公设备资产的更新投入，在预测营业收入大幅增加的情况下，资本性支出未大幅增长。

（2）具体预测情况

对维持现有生产规模设备、车辆等固定资产的更换支出进行预测，过程如下：

三木智能目前的设备、车辆等固定资产的规模足以支撑预测期销售规模增长，只需要对使用到期的设备进行更新换代。对于经济寿命年限较短、磨损较快的资产，如办公电子设备及其他更新较快的设备，采用滚动更新的方式，以该类资产的重置价值作为更新原值，以经济寿命年限作为更新年限，计算每年的更新额，

金额上和当期预计的固定资产折旧相当。永续资本性支出是考虑为了保证企业能够持续经营，各类资产经济年限到期后需要更新的支出，该项支出是按经济寿命年限间隔测算。在此基础上，三木智能根据历史经验和未来几年的发展计划对新设备的购置进行了预测。

具体预测结果如下：

单位：万元

	项目	2016年4-12月	2017年	2018年	2019年	2020年	永续年
一	新设备购置	3.00	7.00	8.00	8.00	10.00	10.00
1	其中：机器设备	3.00	7.00	8.00	8.00	10.00	10.00
二	资产更新投资	439.06	385.69	385.69	385.69	385.69	385.68
1	其中：机器设备	265.27	153.97	153.97	153.97	153.97	153.97
2	车辆	86.86	115.81	115.81	115.81	115.81	115.81
3	电子设备	86.93	115.90	115.90	115.90	115.90	115.90
4	房屋建筑物	-	-	-	-	-	0.49

3、请结合资产评估准则和相关指导意见等，详细说明预测永续年限营业收入的依据，以及将预测期内的最高值作为永续年限预测值的合理性

根据《资产评估准则——企业价值》第二十九条，企业经营达到相对稳定前的时间区间是确定预测期的主要因素。

根据三木智能的发展计划，2016年到2020年之前，一方面，三木智能将加大平板电脑和手机在非现有海外市场的开发，把握全球各地不同移动通讯水平国家或地区移动终端普及和升级带来的市场机会，不断开拓新市场和新客户，另一方面，三木智能将加大车联网、智能交通、智能穿戴等物联网应用领域的产品研发投入，不断开拓新产品市场。预计到2020年，三木智能将专注于平板、手机、智能交通两个左右的其他物联网应用领域，主要盈利点明确，风险控制得当，达到生产经营稳定期。三木智能经营主要依托的资产和人员稳定，所处的行业及市场相对稳定，三木智能坚持内部培养和外部引进相结合的人才战略，拥有一支高

素质研发技术团队，核心技术人员均拥有多年的研发经验和深厚的技术积累，公司不断加大研发的投入，使公司产品的销售及市场份额处于优势地位，目前未发现企业经营方面存在不可逾越的经营障碍，亦未发现不可持续经营的重要影响因素，故收益期按永续确定，将收益稳定年的净利润（即 2020 年）作为永续年的收益。

经核查，独立财务顾问认为，三木智能收入预测合理并可实现；由于其加工环节均外包给外协厂，无需新投入生产、加工设备及厂房，因此，在预测营业收入大幅增加的情况下，资本性支出未大幅增长；将 2020 年作永续期第一年，并将其净利润作为永续年的收益合理。

四、关于标的资产经营相关情况

(八) 草案披露, 三木智能 2013 年、2014 年、2015 年外销收入占当年主营业务收入的比例分别为 96.39%、96.22%、93.89%, 标的公司营业收入主要依赖海外客户。请补充披露: (1) 主要海外客户的开发过程, 海外客户覆盖全球各地区的原因及合理性; (2) 2015 年三木智能前五大海外客户 PT、BEST、SC 的销售收入分别下降 36%、17%、19%, 其中 2015 年至 2018 年印尼市场智能手机用户人数增长率逐年下降, 2018 年仅为 18.9%, 请结合海外市场前景、公司在海外市场的份额、公司与海外主要客户的订单、海外客户变动、外销产品的价格波动情况等, 补充披露关于未来几年预测海外主要客户手机和平板电脑出货量稳步上升, 及外销收入稳步增长的依据是否合理充分; (3) 财务顾问是否对海外客户的真实性进行核查, 补充披露核查过程、核查客户比例和主要判断依据。请财务顾问及律师发表意见。

回复:

1、主要海外客户的开发过程, 海外客户覆盖全球各地区的原因及合理性

(1) 主要海外客户的开发过程

ADVAN 的开发过程: 2012 年初, 三木智能负责人张旭辉先生经客户 EVERCOSS 负责人 Akwila Natanael 先生的引荐结识了 ADVAN 的负责人 Siek Agung Guntoro 先生, 双方洽谈确立了开发基于 MTK 解决方案的平板电脑。2012 年 8 月, 合作的产品正式投入量产并顺利出货给 ADVAN。带通话功能的平板电脑在 ADVAN 的推广下, 在印尼大卖, 同时也成为了三木智能支柱性的产品。几年来, ADVAN 在三木智能平板电脑的支持下, 不断发展成长壮大, 已成为印尼最大的平板电脑本地品牌。三木智能也在 ADVAN 的支持下, 在平板电脑领域获得成功, 每周出货量达数万部。双方形成了紧密的战略合作关系。目前, 三木智能正在与 ADVAN 一起努力开发一款手机项目, 该项目已经基本达到量产出货状态。相信在不久的将来, 三木智能和 ADVAN 的合作会更加深入广泛, 不仅是在移动智能终端, 物联网应用终端也将会成为双方共同携手努力发展的方向。

IBALL 的开发过程：三木智能的业务拓展人员考虑到印度人口基数大，整体处于功能机向智能机转型阶段，未来发展潜力大，因此计划开拓印度市场。业务人员通过积极主动的联络，拿到了 IBALL 智能手机的试产订单，开始手机领域的合作。IBALL 作为一个具有十多年历史的印度本土品牌，凭借其技术基础，诚信的经营理念，已经发展成为印度当地最大的消费类电子企业之一。其既具有传统的电脑配件销售渠道，又有智能手机的开发经验，有向平板电脑延伸的可能。因此三木智能利用前期智能手机的合作关系向 IBALL 推荐了带有通话功能的平板电脑，至 2015 年底 IBALL 已成为印度市场平板电脑占有率第一名。

ALLVIEW 的开发过程：ALLVIEW 是 Visual FAN 创立的品牌，经营移动通讯产品。2009 年下半年，三木智能通过市场研究，关注到 Visual FAN，并通过互联网查询 VisualFAN 的联系方式，多次以邮件的方式向 Visual FAN 进行产品推广。2010 年，三木智能邀请 Visual FAN 参加香港环球资源展，在展会上，Visual FAN 看中了三木智能展览的一款 GG120 机型。展会结束后，Visual FAN 通过第三方了解了三木智能的情况和实力后，与三木智能进行了首次合作，合作内容为 5,000 台 GG120 手机。首次合作中，三木智能的研发实力、产品质量和服务均获得了 Visual FAN 的认可。此后，双方展开良好的合作。

MASSCOM 的开发过程：MASSCOM 是越南的一个新兴品牌。在 MASSCOM 对三木智能进行多次拜访后，2014 年初，MASSCOM 决定拿 3 款平板产品回去测试。一周后，MASSCOM 与三木智能开始合作，订单数量为 4,000 台。此后，三木智能出大部分新产品，MASSCOM 几乎都会下订单，双方形成了良好的合作关系。

MOBICEL 的开发过程：MOBICEL 公司主要从事手机、平板及周边配件等的进口及销售，公司拥有独立的包装车间，售后维修中心，配备专业的技术人员及精英销售团队。自成立以来与国内手机，配件及平板方案公司有多年的贸易往来且订单量保持平稳上升。目前手机及平板的销量在南非 OPEN MARKET 市场占有绝大部分市场份额，其自有品牌的手机及平板机型与当地运营商 MTN，CELLC，VODACOM，TELKON 等有长期合作，渠道稳定。

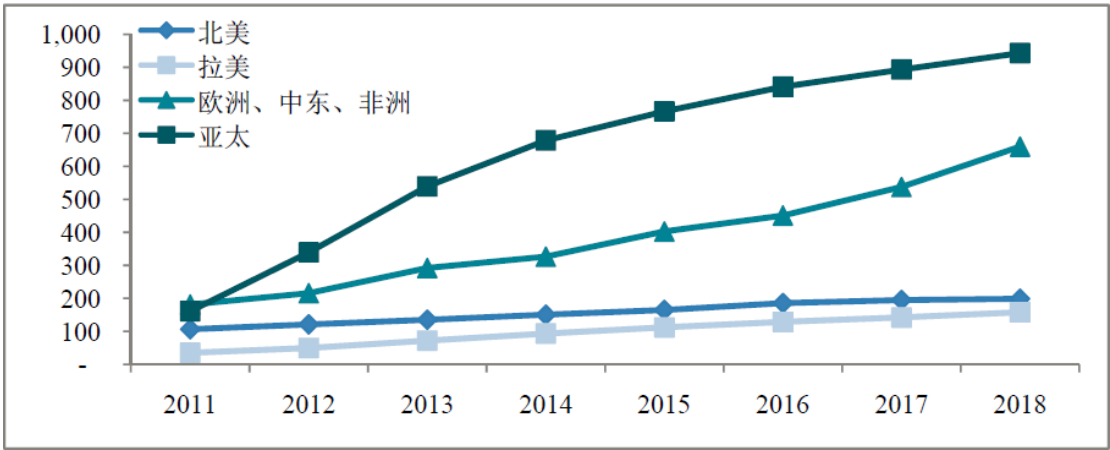
（2）海外客户覆盖全球各地区的原因及合理性

三木智能通过市场分析主要集中选取人口基数大、处于功能机向智能机或 3G 向 4G 转化阶段、通讯基础设施正在逐步新建或完善、工业基础较为薄弱、电子产品自主生产能力较差的国家或区域进行投入开发。截至目前，公司在印尼、印度、东欧、南非等市场均已达成了稳定的合作，正在着力开发俄罗斯、巴基斯坦及南美的市场。

据 iSuppli 提供的预测数据，亚太区域（主要为印度、印尼及越南等地）及欧洲、中东、非洲（主要是其中欠发达的东欧及中东、非洲）智能手机出货量在预测期内迅速增长。

图：全球各地区智能手机出货量统计及预测

单位：百万部



资料来源：iSuppli

由于国内手机、平板移动智能终端市场竞争激烈，三木智能集中开发海外市场，抓住当地通信基础设施及智能终端设备的升级机遇，和当地的知名品牌商或运营商合作，抢占市场份额，其市场拓展和客户开发战略具有合理性。

2、2015 年三木智能前五大海外客户 PT、BEST、SC 的销售收入分别下降 36%、17%、19%，其中 2015 年至 2018 年印尼市场智能手机用户人数增长率逐年下降，2018 年仅为 18.9%，请结合海外市场前景、公司在海外市场的份额、公司与海外主要客户的订单、海外客户变动、外销产品的价格波动情况等，补充披露关于未来几年预测海外主要客户手机和平板电脑出货量稳步上升，及外销收入稳步增长的依据是否合理充分；

(1) 2015 年 PT、BEST、SC 的销售收入下降的原因

总体而言，2015 年全球经济状况都不乐观，中国大部分出口电子产品销量和销价都受到影响。具体而言：

①PT，即 ADVAN

2015 年相较 2014 年，由于以下原因，ADVAN 平板的销量和价格双双下跌，最终导致销售额，较大幅度下滑：

A、销售的平板机型变少，部分新机型处在研发、试产阶段，在当年没有实现量产出货，且当年销售的机型中有两款系 2014 年尾货；

B、2015 年推出的新机型，一方面和 2014 年风格雷同，需求不足；另一方面，2014 年 ADVAN 以高端市场为主，2015 年由于全球市场走软，其机型选择上倾向于兼顾中低端消费者（三木智能向其销售该等商品，还是秉承最低毛利率 10%左右的目标利润报价原则）。

②BEST，即 IBALL

2015 年，ODM 行业面临较大价格调整压力，三木智能秉承其目标利润和合理原则报价，没有选择盲目跟风大幅降价。因此，虽然全球市场走软对印度市场影响较小，但是，由于报价相对较高，三木智能从其获取的订单数量有所减少。与此同时，价格方面也有所下调，导致对 IBALL 的销售收入减少。

③SC，即 ALLVIEW

2015 年，全球平板电脑市场需求低迷，欧洲市场反应尤为明显，ALLVIEW

平板电脑需求量骤降。但是，由于 2015 年三木智能开拓罗马尼亚手机市场，报价毛利率较低，对 ALLVIEW 平的手机产品销售出现增长，所以 2015 年三木智能向 ALLVIEW 的整体销售额较上年只下滑了 17%。

综上，2015 年全球市场环境的变动是上述三大客户收入下滑的主要原因。2016 年上半年，随着新机型的推出、去库存效应显现、大客户的产品策略调整，三木智能平板电脑的出货量和销售收入较上年同期已经出现 20%左右的增幅。

（2）预测期外销收入稳步增长的合理性

预测期内手机、平板的出货情况如下表：

产品名称	销售数量（万台）				
	2016 年 4-12 月	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
手机	90.00	125.67	150.81	173.43	182.10
平板	330.00	460.27	515.50	577.36	623.55
合计	420.00	585.94	666.31	750.79	805.65
增长率		17.42%	13.72%	12.68%	7.31%

预测期内外销收入情况如下表：

单位：万元

产品名称	2016 年 4-12 月				2017 年			
	成本	收入	毛利率	增长率	成本	收入	毛利率	增长率
手机	20,686.88	23,260.32	11.06%		28,775.64	31,830.46	9.60%	16.96%
平板电脑	71,617.45	81,023.45	11.61%		98,942.05	111,877.71	11.56%	16.80%
配件及材料	6,496.88	7,299.86	11.00%		8,953.02	10,059.57	11.00%	16.16%
外销合计	98,801.21	111,583.63	11.46%		136,670.71	153,767.74	11.12%	16.79%
产品名称	2018 年				2019 年			
	成本	收入	毛利率	增长率	成本	收入	毛利率	增长率
手机	34,174.04	37,432.62	8.71%	17.60%	39,132.22	42,617.04	8.18%	13.85%
平板电脑	109,667.92	124,050.01	11.59%	10.88%	121,607.17	137,546.65	11.59%	10.88%
配件及材料	10,060.37	11,303.78	11.00%	12.37%	11,224.20	12,611.46	11.00%	11.57%
外销合计	153,902.33	172,786.41	10.93%	12.37%	171,963.59	192,775.15	10.80%	11.57%
产品名称	2020 年				永续年			
	成本	收入	毛利率	增长率	成本	收入	毛利率	增长率
手机	40,686.94	44,300.42	8.16%	3.95%	40,686.94	44,300.42	8.16%	

平板电脑	130,802.97	147,807.63	11.50%	7.46%	130,802.97	147,807.63	11.50%	
配件及材料	12,102.81	13,447.56	10.00%	6.63%	12,102.81	13,447.56	10.00%	
外销合计	183,592.72	205,555.61	10.68%	6.63%	183,592.72	205,555.61	10.68%	

①主要客户所在地的市场增长情况

根据 eMarketer 发布的预测数据，印尼市场智能手机用户数量将于 2018 年达到 1.03 亿人，2016 年至 2018 年间智能手机用户数量的增长率分别为：32.95%、24.78%及 18.94%；印度市场智能手机用户人数将于 2018 年达到 2.79 亿人，2016 年至 2018 年间智能手机用户人数的增长率分别为：21.56%、19.45%及 14.52%。

电信咨询公司 Ovum 最新预测称，2016 年非洲移动用户数将突破 10 亿大关；非洲移动宽带用户数将从 2014 年底的 1.47 亿增长到 2020 年的 10 亿。未来几年，3G WCDMA 和 4G LTE 网络的持续部署，以及非洲消费者对智能手机和其他电子设备购买力的增强，都将驱动非洲移动宽带的快速发展。

2016 年至 2018 年上述智能手机增长速度均超过了三木智能预测期内手机和平板的销量及收入增长率。因此，主要客户所在市场预测期内的增长预期为现有客户出货量的持续增长提供了市场基础。

②现有主要客户在当地市场份额的提升

ADVAN 作为印尼本土最大的手机与平板电脑制造商，与著名足球俱乐部巴萨达成明星代言协议，在 ADVAN 的手机广告中，梅西、皮克、伊涅斯塔、佩德罗等球星集体为 ADVAN 代言。如今，ADVAN 结合中国大陆供应链力量，占据了印尼平板市场三分之一的市场份额，已成为印尼本土品牌挑战国际品牌的旗帜。²经历了 2015 年的市场下调，印尼当地市场去库存后销量复苏，ADVAN 趁此机会加大营销推广，在保持平板出货量较上年同期有所增长的同时，和三木智能合作开发一款新手机 G-one，将进一步提升其当地市场份额。

据市场研究机构 IDC 的报告称，2014 年第四季度，总部位于印度孟买的 IBall 占据该国平板电脑市场 15.6%的份额，上年同期市场份额还只有 4.5%。与此同

² <http://news.sina.com.cn/o/2015-11-16/doc-ifxkrwks4016023.shtml>

时,三星的市场份额从2013年第四季度的17.9%缩水至2014年第四季度的12.9%,Iball在印度市场份额的迅速提高,使其成为当地的最大的消费类电子企业之一,从而抓住未来几年印度移动智能终端市场的发展机遇。

经与海外客户的沟通,根据其自身的销售目标以及三木智能占其采购的份额,预计预测期内上述三大客户的采购计划如下:

单位: 台

出货量预测	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
ADVAN	2,500,000	3,000,000	3,800,000	4,500,000
IBALL	900,000	1,300,000	1,600,000	2,000,000
ALLVIEW	1,000,000	1,500,000	2,000,000	2,500,000
小计	4,400,000	5,800,000	7,400,000	9,000,000
推导总出货量 ^注	6,285,714	8,285,714	10,571,429	12,857,143

注: 报告期上述三大客户销售占手机及平板占比维持在 70%左右, 因此, 此处推导用合计计划数据除以 70%。

客户的销售目标以及从三木智能的采购比例能否实现都存在很大不确定性, 上述测算误差较大, 但至少从一个角度为预测期主要客户的出货量可实现性提供了依据。

③新客户的销售贡献

三木智能海外客户相对比较稳定, 但为了应对海外销售客户集中风险, 近几年, 三木智能加大新市场开发, 2015 年和 2014 年的新增客户在 2015 年合计实现销售收入 14,901.10 万元, 占当期主营业务收入的 12.19%, 占 2014 年主营业务收入的近 10%。其中, MASSCOM 在 2015 年还挤入了销售收入前五名

2016 年, 业务拓展人员加大南美、中东区域及俄罗斯市场的客户开发力度, 截至本回复出具之日, 部分新增品牌商客户如 Bmobile、Qmobile 及 Technoliga 等部分订单已完成发货, 其收入将全部是 2016 年的销售增量。

预测期内, 三木智能将秉承前述市场开发战略, 进一步拓展新市场新客户, 不断为其收入增长带来新的来源。

3、财务顾问是否对海外客户的真实性进行核查，补充披露核查过程、核查客户比例和主要判断依据

财务顾问选取了报告期内三木智能前十大客户进行业绩真实性核查（收入覆盖率报告期内分别为：2014 年度：94%；2015 年度：91%；2016 年 1-3 月：82%）。主要核查方式包括：实地走访、函证、核心部件采购量与终端整机销量比对、关联关系核查、现金收付款的核查等。

（1）实地走访：财务顾问，协同中审众环会计师、锦天城律师对 2014 年度前两大客户 ADVAN 和 EVERCOSS，2015 年度及 2016 年 1-3 月前两大客户 ADVAN 和 IBALL 实地走访，完成访谈记录、取得客户提供的企业基本证照资料等。通过实地走访，对交易金额真实性进行确认，未见异常。

（2）函证：对除 ADVAN、EVERCOSS 及 IBALL 外的前十大客户进行函证核查，除 ALCO 和 QMOBILE 未按时取得回函进行替代性测试外，其余均收到回函确认销售金额无差异。

（3）核心部件采购量与终端整机销量比对：自三木智能处取得 2014 年 1 月 1 日至 2016 年 3 月 31 日的主要核心部件（主屏及主芯片）采购数据，将其与整机产量及销量进行比对，整机产销量均略低于主屏及主芯片购进量，未见异常。

（4）关联关系核查：通过查询部分三木智能海外客户公开信息及由当地律师出具法律意见书或尽职调查报告等途径，确认海外客户与三木智能及其控股股东、实际控制人及董事、监事及高级管理人员之间无关联关系。

境外客户与对应出具法律意见的境外律师事务所的基本情况如下表所示：

序号	海外客户名称	国家/地区	境外律师事务所名称
1	POSH MOBILE LIMITED	中国香港	金杜律师事务所
2	SC VISUAL FAN SRL	罗马尼亚	S.C.A. JINGA & ASSOCIATE
3	CELLPRIME DISTRIBUTION CO	菲律宾	Puyat Jacinto & Santos
4	INTERACTIVE TRADING 226 C	南非	Sun Attorneys
5	TOTAL LIGHT ENTERPRISE CO	中国台湾	建业法律事务所
6	VERYKOOL USA.INC	美国	注 1
7	MASSCOM VIETNAM CORPORATI	越南	JLPW Vinh An Legal

序号	海外客户名称	国家/地区	境外律师事务所名称
8	PT ARIES INDO GLOBAL	印尼	Hiswara Bunjamin & andjung
9	PT. ARGAS MAS LESTARI	印尼	HiswaraBunjamin & Tandjung
10	DIGICOM TRADING (PVT) LIM	巴基斯坦	Ali & Associates
11	IT World (India) Private Limited	印度	Arista Chambers

注 1: 经查询公开信息, VERYKOOL USA.INC 系美国纳斯达克上市公司 Info Sonics Corporation 的子公司, 与三木智能及其控股股东、实际控制人及董事、监事及高级管理人员不存在关联关系, 因此未聘请当地律师出具法律意见。

(5) 现金收付款核查: 自相关银行处取得了三木智能及其子公司日常结算账户报告期内银行对账单。

A. 筛选其中大额收款部分, 与明细账收款客户名称进行核对, 确认相应货款均由终端客户支付, 经核查, 印尼客户 ADVAN 及 EVERCOSS 存在部分由其他账户代付的情形, 业已在访谈记录及承诺函中进行了相应的确认, 除此之外销售回款付款人均均为三木智能客户;

B. 筛选其中大额付款部分, 与明细账付款供应商名称进行核对, 确认相应的材料款均向供应商支付, 经核查, 付款对象均为三木智能供应商, 未见异常。

经核查, 独立财务顾问认为, 三木智能主要集中选取人口基数大、处于功能机向智能机或 3G 向 4G 转化阶段、通讯基础设施正在逐步新建或完善、工业基础较为薄弱、电子产品自主生产能力较差的国家或区域进行投入开发, 具有合理性; 从主要客户所在地的市场需求增长情况、主要客户当地市场份额的提升和市场地位的巩固带来的收入增量、新增客户带来的收入增量三个角度进行分析, 预测期内三木智能手机、平板出货量及外销收入实现依据充分; 通过收入真实性专项核查, 判断三木智能报告期内收入真实。

（九）草案披露，标的资产逐步由自主生产转变为委托加工。请补充披露：

（1）报告期内，标的公司自行生产和外协加工的内容、产量、成本、费用，外协厂商的名称、产能，是否与标的公司存在关联关系、价格是否公允合理、是否存在核心技术泄密风险；（2）标的资产的生产模式由自主生产转为外协生产的原因、必要性及合理性，该经营模式的转变对标的公司持续经营能力是否会产生不利影响；（3）结合外协生产模式，说明 2015 年与 2016 年 1-3 月综合毛利率（扣除软件开发与销售）上升的原因与合理性。请财务顾问进行核查并发表意见。

回复：

1、报告期内，标的公司自行生产和外协加工的内容、产量、成本、费用，外协厂商的名称、产能，是否与标的公司存在关联关系、价格是否公允合理、是否存在核心技术泄密风险

回复：

（1）报告期内，三木智能自行生产和外协加工的内容、产量、成本、费用

报告期内，三木智能的加工环节主要包括 SMT 贴片生产及整机组装，自行加工部分主要由子公司三美琦电子进行，外协加工部分委托惠州市联代科技有限公司（以下简称“惠州联代”）、宝捷讯集团有限公司（以下简称“宝捷讯”）及米琦科技等代工厂完成，三木智能品控人员驻厂负责品质管控和技术指导。

A.2014 年，三美琦电子自行生产占比约为 48%；外协加工占比约为 52%，支付加工费约 2,497.41 万元。三美琦电子主要进行 SMT 贴片生产以及部分整机组装，自身产能无法完成的订单，则在完成 SMT 贴片生产后由惠州联代、宝捷讯及米琦科技进行生产；

B.2015 年，三美琦电子自行生产占比约为 45%；外协加工交由米琦科技完成，占比约为 55%；支付加工费 1,926.71 万元。其中自 2015 年 10 月起，部分 SMT 贴片生产也采用外协加工的模式进行；

C.2016 年 1-3 月，三美琦电子陆续停止生产，自行生产占比约为 5%；外协加工交由米琦科技完成，占比约为 95%，支付加工费 952.25 万元。

(2) 外协厂名称、产能、是否与三木智能存在关联关系

外协厂名称、产能、与三木智能的关联关系，具体如下：

外协厂名称	产能（台）	股东姓名	法定代表人	截至目前，与三木智能是否存在关联关系
米琦科技	1,000 万	朱启洪、陈金浩	朱启洪	否
宝捷讯	2,000 万	卢箴治、黄子良、孙明峰、黄辉明、林峰	卢箴治	否
惠州联代	500 万	郑双旺、朱聪聆	郑双旺	否
星工场	500 万	洪思源、向显红	向显红	否

其中，米琦科技由朱启洪、三木投资共同于2014年8月投资设立，持股比例分别为70%和30%，2015年3月，三木投资与陈金浩签订《股权转让合同》，将其持有的米琦科技30%全部转让给陈金浩，米琦科技不再是三木智能的关联方。

(3) 外协加工价格是否公允

将米琦科技的外协加工价格与三木智能同其他外协厂签订之协议价格进行比较，相关情况列示如下：

委托加工项目	宝捷讯	惠州联代	星工场	米琦科技
3G 主板	USD0.65	-	-	USD0.6175
4G 主板（普通）	USD0.85	-	-	USD0.76
4G 主板（全网）	USD0.90	-	-	USD0.855
智能手机	-	RMB6.35	RMB6.35	RMB6.255
平板电脑	-	RMB6.58	RMB6.58	RMB6.48

注：星工场全称为“深圳市星工场科技有限公司”。

外协加工价格相对比较稳定，其中米琦科技的价格略低于其他外协厂主要是由于三木智能通过将大部分的订单交由米琦科技生产，加强了与其的议价能力，取得了一定的加工费折扣所致。

(4) 是否存在核心技术泄密风险

通常，三木智能一款产品的研发核心技术资料包括 ID 图档、MD 设计图档、

HW 原理图&射频校准文件、PCB 图档、软件代码等。所有核心技术资料中，需要释放 PCB 生产文件、维修用的 HW 原理图，以及射频校准文件和软件版本到 SMT 外协厂，同时考虑到组装会涉及软件升级返工，也会释放软件版本到组装外协厂。虽然，上述外协厂可以接触到的仅是技术资料中的部分文件，不完整且技术部门做了处理不会造成整个核心技术的泄露，但是，三木智能的外协加工形式还是面临着一定的核心技术泄密风险。

针对上述风险，三木智能主要采取下述措施：与外协厂签订保密协议约定泄密赔偿条款；相关核心技术资料主要由三木智能驻厂品控和技术指导人员传递和保管，尽量避免外协厂生产技术人员的不必要接触。

《交易报告书（草案）（修订稿）》已提示上述风险。

2、标的资产的生产模式由自主生产转为外协生产的原因、必要性及合理性，该经营模式的转变对标的公司持续经营能力是否会产生不利影响

（1）三木智能生产模式由自主生产转为外协生产的原因、必要性及合理性

移动智能终端的很多 ODM 厂商都采用“轻资产”运营模式，专注于设计、研发、客户拓展和品质管控，将低附加值的组装加工环节外包给周边的代加工厂，大部分没有生产能力或者仅有少量的生产能力。因此，三木智能剥离整个业务环节中毛利率较低的生产环节，符合行业的发展趋势，对其未来专注于产品研发和市场拓展而言，必要且合理。

（2）该经营模式的转变对标的公司持续经营能力是否会产生不利影响

A.外协加工模式下的质量控制风险

三木智能与客户接洽确定合作开发项目后，针对客户提出的产品技术性能成本方面的要求进行产品方案设计和应用技术研发，并采购少量芯片及其他元器件试产测试样机。测试通过后客户下达量产订单，由米琦通信向三木智能指定的供应商下单采购芯片及其他元器件，委托代加工厂实施生产，并在产品完工后发送至客户。在此过程中，原材料是否达到设计要求的标准、代加工厂生产的成品是否符合客户的质量要求均存在一定的质量控制风险。

对于原材料环节，三木智能在指定供应商前会先行测试其样品是否达标，且在芯片及其他元器件到达代加工厂验收时，三木智能派驻代工厂专员现场监督，严格控制原材料的质量，较大程度地防范了原材料达不到设计要求标准的风险；对于成品环节，代加工厂生产成品均由三木智能派驻代工厂专员进行全检及抽样复检后方可入库及发送至客户。

通过前述质量控制手段，三木智能有效保证了产品的质量，该经营模式的转变对其持续经营能力不会产生不利影响。

B.对外协厂存在依赖性的风险

经查询公开数据，深圳、东莞、惠州一带存在诸多的外协加工厂，可替代性较强。且三木智能为了减少对米琦科技的依赖性，已与宝捷讯、星工场签署合作框架协议，在米琦科技产能不足，或无法安排作业计划时，将委托宝捷讯及星工场等外协厂进行生产。

综上，由于三木智能有成熟的质量控制体系，通过经验丰富的品控人员驻厂，可以有效地控制产品品质、提升交货效率，另，深圳、广州及周边地区充足的电子产品加工能力，外协加工模式不会导致三木智能对单一外协厂形成依赖。因此，外协加工模式对三木智能持续经营能力不会产生重大不利影响。

3、结合外协生产模式，说明 2015 年与 2016 年 1-3 月综合毛利率（扣除软件开发与销售）上升的原因与合理性

剔除软件开发与销售的影响，2015 年主营业务收入综合毛利率约为 10.47%；2016 年 1~3 月主营业务收入综合毛利率约为 11.70%，上升约 1.23%，主要是由于：

（1）由于 2016 年 1-3 月手机平均售价的上涨，其毛利率较上年增加了 2.65 个百分点，具体请参加本回复之“三、关于本次交易标的资产的估值”之“（五）”之“2”的相关内容。

（2）由于 2016 年 1-3 月交付多参仪 PAD 板，实现收入 353.85 万元，该部分毛利率约为 60.09%。

米琦通信加工环节相关的房地产和设备还未处置，其摊销和折旧仍然计入制造费用，因此，就 2016 年 1-3 月而言，外协生产模式转变，虽然增加了加工费、减少了生产人员工资，但相较前述折旧摊销而言对毛利率的影响较小。三木智能前述加工业务环节相关资产对外处置后，制造费用将有较大幅度降低，从而提高公司的毛利率。

经核查，独立财务顾问认为，三木智能生产模式由自主生产转为外协生产模式具有必要性和合理性，对其持续经营能力不会产生重大不利影响；截至目前，三木智能与外协厂不存在关联关系，与外协厂的加工费定价公允。2015 年与 2016 年 1-3 月综合毛利率（扣除软件开发与销售）上升的原因主要系由于当期手机平均售价上升导致的手机毛利率上升及高毛利率的多参仪 PAD 板在当期实现出货。

(十) 草案披露，2016 年 7 月，米琦科技与标的资产子公司米琦通信签署资产出售协议，以 1.3 亿收购米琦通信的房地产及部分二手工具设备。请公司补充披露：(1) 结合米琦科技的支付能力，说明前述交易是否存在计提大额坏账准备的可能性；(2) 在 2015 年 3 月前，米琦科技为标的资产的关联方。请结合出售资产中房地产增值情况说明交易是否公允；(3) 米琦科技购买的房地产与工具设备是否会与标的资产发生同业竞争关系。请财务顾问发表意见。

回复：

1、结合米琦科技的支付能力，说明前述交易是否存在计提大额坏账准备的可能性

根据转让双方签署的《惠州市米琦通信设备有限公司与惠州市米琦科技有限公司之房地产买卖合同》和《惠州市米琦通信设备有限公司与惠州市米琦科技有限公司之二手工具设备买卖合同》，房地产及部分二手工具设备 1.39 亿元转让款（含税）的支付安排如下：

单位：万元

时间	支付款项	剩余款项	备注
2016 年 12 月 31 日	2,000.00	11,901.68	约定协议生效后十个工作日/一周内、2016 年 10 月 31 日、2016 年 12 月 31 日分别支付一定金额，合计 2,000 万元
2017 年 6 月 30 日	4,000.00	7,901.68	约定 2017 年 3 月 31 日、2017 年 6 月 30 日分别支付一定金额，合计 4,000 万元
2017 年 12 月 31 日	2,790.56	5,111.12	-
2018 年 6 月 30 日	1,000.00	4,111.12	-
2018 年 12 月 31 日	4,111.12	-	-

对于上述支付安排，米琦科技出具支付资金来源说明如下：

(1) 2016 年 12 月 31 日之前需支付的 2,000.00 万元主要由其账面货币资金支付。

(2) 2017 年、2018 年需支付款项的资金来源主要由以下三部分组成：

A.米琦科技拟将受让的房地产抵押贷款融资；

B.米琦科技日常运营的加工费收入；

C.股东借款（必要时周转）。

根据米琦科技出具的支付资金来源说明、银行存款证明等支持性文件，独立财务顾问认为，结合米琦科技的支付能力和上述支付进度，米琦科技无法按期付款的可能性小，前述交易形成的应收款项坏账风险小，计提大额坏账准备的可能性低。

2、在 2015 年 3 月前，米琦科技为标的资产的关联方。请结合出售资产中房地产增值情况说明交易是否公允

（1）出售资产的定价依据

根据本次资产转让双方签署的协议，本次转让的房地产及部分二手工具设备均以众联评估出具的众联评报字[2016]第 1103 号《惠州市米琦通信设备有限公司拟出售资产评估项目评估报告》的评估结果为依据进行定价的。

（2）评估结果及房产、土地增值原因分析

米琦通信本次出售资产账面价值合计 12,891.72 万元，评估价值 13,205.62 万元，评估增值 313.90 万元，其中：房产评估增值 182.43 万元；土地评估增值 396.46 万元；设备评估减值 264.99 万元。

A.房产评估情况

a.评估方法

米琦通信出售的房产位于惠州市仲恺高新区惠南高新科技产业园广泰路 39 号，共三栋，建筑面积 47,341.31 平方米，为 2 栋工业厂房和 1 栋宿舍，评估机构根据其房产现状，对其采用成本法进行评估，成本法是基于房屋建筑物的再建造费用或投资的角度来考虑，通过估算出建筑物在全新状态下的重置全价或成本，再扣减由于各种损耗因素造成的贬值，最后得出建筑物评估值的一种评估方法。基本公式如下：房屋建筑物评估值=重置全价×成新率，重置成本中各种取费标准参照国家计委、建设部及广东省的有关文件。

b.增值原因

房产评估增值 182.43 万元,增值原因:委托评估的房屋建筑物建造于 2014 年,至评估基准日,工、料、机价格存在一定涨幅;评估采用的经济寿命年限比企业采用的会计折旧年限长,导致账面折旧较大,账面价值较低。

B.土地评估情况

a.评估情况

土地使用权一宗,由惠州市米琦通信设备有限公司以出让方式取得,土地面积为 51,791.10 m²,终止日期为 2061 年 11 月 11 日,至评估基准日剩余使用年限 45.65 年,为工业用地。评估人员实地勘察、分析论证并结合估价对象的区域条件,确定对估价对象采用成本逼近法和市场比较法两种方法分别测算土地价格,最后综合分析其计算结果,确定估价对象的评估价格。

b.增值原因

土地评估增值 396.46 万元,增值的主要原因为委托评估用地所在区域相关配套日趋成熟,用地价格有所上升所致。

经收集核对权证资料,了解不动产的实物、权益和区位状况,掌握评估对象的主要特征,对所评估的不动产进行现场调查,复核评估师的评估过程,独立财务顾问认为,评估报告对以上房屋建筑物及土地的评估增值合理,交易定价以评估结果作为依据,定价公允。

3、米琦科技购买的房地产与工具设备是否会与标的资产发生同业竞争关系

(1) 截至目前,米琦科技与三木智能不存在关联关系

经核查,米琦科技的股东为朱启洪和陈金浩,与三木智能的控股股东、实际控制人、其他股东、董监高均不存在关联关系。

(2) 房地产与工具设备剥离有利于三木智能和米琦科技业务区分

本次转让的房地产与部分工具设备主要系与米琦通信的加工业务相关的资产,三木智能将加工环节涉及的资产转让给米琦科技后,其主要业务集中于平板

/手机等移动智能终端、车联网、智能手表等物联网终端设备的设计研发、供应链管理和市场推广，将加工业务完全剥离，和米琦科技的业务环节不存在重合。

经核查，独立财务顾问认为，截至目前，米琦科技与三木智能不存在关联关系，房地产与工具设备的出售，使得三木智能将加工环节业务完全外包，不会导致其与以电子产品组装为主要业务的米琦科技发生同业竞争关系。

五、其他问题

(十一) 草案第 396 页披露, 三木智能 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日及 2016 年 3 月 31 日其他应收账款分别为 1.03 亿元、0.37 亿元、0.36 亿元, 而第 399 页披露 2014 年 12 月 31 日其他应收款为 5,693 万元, 请财务顾问核查前后是否一致。

回复: 经复核《交易报告书(草案)》, 上述差错的原因主要在于, 第 399 页披露的坏账准备计提情况表上面的文字内容被误删。

《交易报告书(草案)》第 399 页相关内容修订后, 如下:

“报告期内各期末, 三木智能的其他应收款账面余额分别为 10,781.34 万元、4,063.26 万元和 3,951.24 万元, 计提的坏账准备分别为 471.09 万元、301.15 万元和 355.33 万元。报告期内各期末的其他应收款账龄和坏账准备计提情况如下:

单位: 万元

账龄	2016 年 3 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
1 年以内 (含 1 年)	3,526.85	176.34	5
1 年至 2 年 (含 2 年)	305.97	61.19	20
2 年至 3 年 (含 3 年)	1.25	0.63	50
3 年以上	117.17	117.17	100
合计	3,951.24	355.33	8.99
账龄	2015 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
1 年以内 (含 1 年)	3,863.49	193.17	5
1 年至 2 年 (含 2 年)	82.59	16.52	20
2 年至 3 年 (含 3 年)	51.43	25.71	50
3 年以上	65.74	65.74	100
合计	4,063.26	301.15	7.41
账龄	2014 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
1 年以内 (含 1 年)	5,245.92	262.30	5
1 年至 2 年 (含 2 年)	295.92	59.18	20
2 年至 3 年 (含 3 年)	3.23	1.61	50
3 年以上	147.99	147.99	100

合计	5,693.06	471.09	8.27
----	----------	--------	------

注：三木智能未对关联方的资金拆借按账龄法计提坏账，因此，上表 2014 年末的其他应收款账面余额未包含对三木投资的其他应收款项 5,088.27 万元。”

经过上述修订后，关于其他应收款的账面净值披露前后一致。

（此页无正文，为《长江证券承销保荐有限公司关于上海证券交易所<关于对湖北楚天高速公路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暨关联交易报告书（草案）信息披露的问询函>的回复》之签字盖章页）

财务顾问主办人：

王珏

王 珏

方东风

方东风

法定代表人：

王承军

王承军



长江证券承销保荐有限公司

2016 年 7 月 29 日