天津某电商平台项目可行性研究报告案例

编制单位：北京尚普信息咨询有限公司

联系电话：010-82885739　　传真：010-82885785

邮编：100083　　邮箱：hfchen@shangpu-china.com

北京总公司：北京市海淀区北四环中路 229 号海泰大厦 1118 室

网址：http://plan.cu-market.com.cn/

http://www.shangpu-china.com/

目 录

第一章 项目总论.....4
第一节 建设单位概况.....4
第二节 项目概况.....4
第三节 项目编制依据与目的.....5
第二章 项目建设背景及必要性分析.....5
第一节 项目建设背景.....5
第二节 项目必要性分析.....6
第三章 项目市场分析.....1
第一节 我国电子商务市场分析.....1
第二节 天津市电子商务市场分析.....2
第三节 电商开放平台模式的发展现状分析.....3
第四节 保健品市场分析.....5
第五节 会员返利模式发展现状与展望.....7
第四章 项目运营及建设方案.....9
第一节 运营方案.....9
第二节 平台方案.....2
第五章 项目选址分析.....2
第一节、项目选址.....2
第二节 项目所在地发展环境.....2
第六章 节能、环保与劳动安全.....3
第一节 节能方案.....3
第二节 环境保护.....3
第三节 劳动安全卫生.....3
第七章 组织机构、实施进度与招投标.....4
第一节 组织管理与人力资源.....4
第二节 实施进度.....4
第三节 招投标.....4
第八章 投资估算和资金筹措.....4

第一节 总投资估算.....4
第二节 项目资金筹措.....5
第九章 财务效益和经济效益评价.....5
第一节 财务评价.....5
第二节 项目敏感性分析.....8
第十章 社会效益分析.....9
第一节 项目社会影响分析.....9
第二节 社会互适性分析.....9
第十一章 结论与建议.....9
第一节 结论.....9
第二节 建议.....9

第一章 项目总论

第一节 建设单位概况

第二节 项目概况

项目名称：天津电子商务平台建设项目

项目性质：新建

建设地点：天津市津南区南开大学研究院梦想起航创业园

建设建设周期：2 年

项目办公需求：本项目旨在通过电商平台的建设发展推动整个津南地区的产业提升、区内人口就业、企业去库存，在办公场地方面需要区政府给予一定扶持，在项目初期协助企业快速成长。

图表 1：项目办公需求

功能	面积（平方米）
商城	1000
办公	2000
会议厅	400
物流	600
合计	4000

项目结论：

项目总投资额为 511.95 万元，资金全部由企业自筹解决。

经测算分析，项目税前税后的财务净现值 NPV 均大于零 0、财务内部收益率大于行业基准收益率 12%，项目在经济上是可行的。

图表 2：项目财务相关数据

序号	指标	单位	指标	备注
1	占地面积	平方米		
2	总投资	万元	511.95	
2.1	固定资产投资	万元	338.40	
2.2	铺底流动资金	万元	173.55	
3	销售收入	万元	56000.00	达产年
4	利润总额	万元	1792.73	达产年
5	净利润	万元	1344.54	达产年
6	总成本费用	万元	59962.62	达产年

7	上缴税金	万元		
7.1	上缴销售税金及附加	万元	224.26	达产年
7.2	年上缴增值税	万元	1528.81	达产年
7.3	年上缴所得税	万元	448.18	达产年
8	财务内部收益率	%	137.49%	税前
		%	106.69%	税后
9	静态投资回收期	年	1.30	不含建设期，税前
		年	2.08	不含建设期，税后
10	动态投资回收期	年	1.51	不含建设期，税前
		年	2.15	不含建设期，税后
11	财务净现值	万元	6429.06	税前
		万元	4685.00	税后
12	投资利润率	%	250.97%	
13	投资利税率	%	743.46%	
14	盈亏平衡点	%	75.80%	

第三节 项目编制依据与目的

一、项目编制依据

二、项目编制目的

第二章 项目建设背景及必要性分析

第一节 项目建设背景

一、政策背景

1、电子商务行业政策背景

《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》，2015

意见指出，要推动传统商贸流通企业发展电子商务。鼓励有条件的大型零售企业开办网上商城，积极利用移动互联网、地理位置服务、大数据等信息技术提升流通效率和服务质量。支持中小零售企业与电子商务平台优势互补，加强服务资源整合，促进线上交易与线下交易融合互动。（商务部）推动各类专业市场建设网上市场，通过线上线下融合，加速向网络化市场转型。

《“互联网+流通”行动计划》，2015

2015 年 5 月 17 号，商务部发布了《“互联网+流通”行动计划》，明确主要

任务是，在电子商务进农村、电子商务进中小城市、电子商务进社区、线上线下融合互动、跨境电子商务等领域打造安全高效、统一开放、竞争有序的流通产业升级版，实现流通方式的不断创新、流通效率的大幅提升以及流通环境的进一步完善。《行动计划》提出将培育 200 个电子商务进农村综合示范县、创建 60 个国家级电子商务示范基地、培育 150 家国家级电子商务示范企业、推动建设 100 个电子商务海外仓、指导地方建设 50 个电子商务人才培训基地。

十二届全国人大三次会议作政府工作报告，2015

2015 年 3 月 5 日，国务院总理李克强在十二届全国人大三次会议作政府工作报告时，提出国家要制定“互联网+”战略。国家要制定“互联网+”行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展，引导互联网企业拓展国际市场。

……

2、保健品行业政策背景

2015 年新修订的《中华人民共和国食品安全法》涉及“保健食品”内容共 13 个条款，对入市前的许可管理、生产管理、市场监督、广告管理、违法处罚都给予了规定，将终结近几年保健食品发展的无序状态，对国家、对行业、对消费者都是有利的。

此外，2013 年《国务院关于促进健康服务业发展的若干意见》,2014 年发改委、国土资源部、住建部等 10 部委联合下发的《关于加快推进健康与养老服务工程建设的通知》；2014 年发布《中国食物与营养发展纲要（2014-2020 年)》，均对营养与保健食品行业发展形成利好。

二、市场背景

三、经济背景

四、社会背景

第二节 项目必要性分析

一、项目建设是推动天津电子商务业发展的需要

二、项目建设是解决天津地区失业率的需要

三、项目建设是实施跨越式发展战略的需要

四、项目建设是推动传统贸易电子商务化的重要助推力

五、本项目建设是满足国内保健品市场需求之必要

第三章 项目市场分析

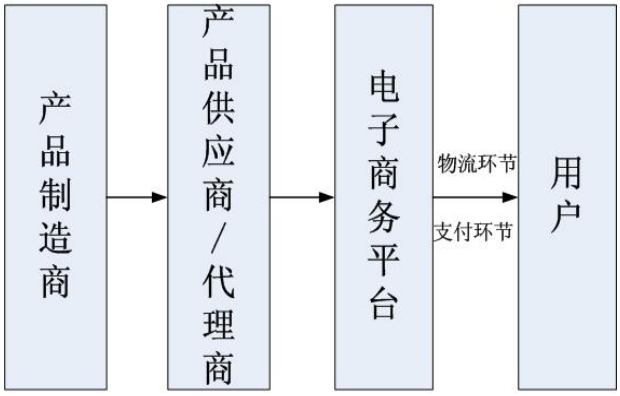
第一节 我国电子商务市场分析

电子商务（Electronic Business），就是通过电子手段进行的商业事务活动。即使用互联网等电子工具，使公司内部、供应商、客户和合作伙伴之间，利用电子业务共享信息，实现企业间业务流程的电子化，配合企业内部的电子化生产管理系统，提高企业的生产、库存、流通和资金等各个环节的效率。

根据国民经济行业分类，电子商务行业属于工商管理类/商务贸易类。

一、电子商务行业产业链分析

图表 7：电子商务行业产业链分析



从中国电子商务产业链来看，其产业链包括产品制造商、产品供应商/代理商、电子商务平台、物流厂商、支付厂商及用户等六个主要部分。

1、产品制造商：供货环节的主要支撑

产品制造商处于电子商务市场上游，负责产品的制造环节，其产品质量的优劣直接关系到用户的满意度及用户对电子商务平台的认知与接受度。

2、产品供应商/代理商：连接产品制造商与电子商务平台的桥梁

产品供应商/代理商是连接制造商与电子商务平台的桥梁，其对商品的选择与决策能力直接影响电子商务平台行业的种类与数量，直接影响电子商务平台网的影响力。产品供应商/代理商与制造者同属于电子商务平台产业链的上游环节，其与电子商务平台存在一定的博弈关系，相互讨价还价。

……

二、我国电子商务发展现状

三、我国电子商务发展趋势

第二节 天津市电子商务市场分析

一、天津电子商务聚集区概况

1、天津滨海高新区国家级电子商务示范基地

2011 年被商务部认定为首批国家级电子商务产业示范基地。该基地的主要功能定位在综合类平台电商、垂直类 B2C 平台电商、跨境电子商务等方面，并形成特色优势：一是基础配套设施日益完善；二是电商企业聚集效应凸显；三是支撑服务能力显著提升。

2、天津武清区电子商务产业基地

至 2014 年底，全区已引进电子商务企业 170 多家，国内知名龙头电商企业已有 20 多家入驻武清区，电子商务物流发展迅速，如今的武清已经成为名副其实的“京津电商走廊”，呈现以下特点：一是发展电商物流优势突出；二是电商支撑体系逐步完善；三是传统产业电商转型加速。

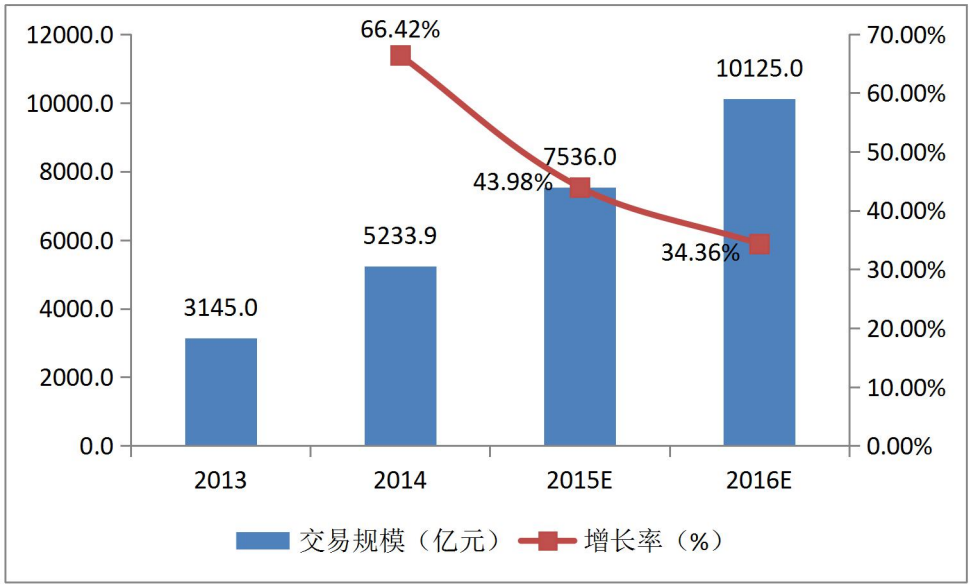
……

二、天津电子商务市场规模分析

1、天津电子商务市场繁荣，交易规模逐年上升

2013 年，天津的电子商务交易规模为 3145 亿元，2014 年交易额达到 5233.87 亿元，同比增长 66.4%，电子商务交易额保持高速增长。预计到 2016 年电子商务交易额有望在 2014 年的基础上实现翻番，突破 1 万亿元大关。

图表 12：2013-2016 年天津电子商务交易规模



……

三、天津市电子商务发展趋势

1、电子商务将提升传统产业竞争力

越来越多的传统产业将涉足电子商务，电子商务的发展将深度融合全市商流、物流、资金流和人流，有效将全市一、二、三次产业的商业渠道、物流渠道以及信息渠道进行捆绑，不断提升企业供应链信息化水平，提升传统企业与市场间的信息递效率。

……

第三节 电商开放平台模式的发展现状分析

一、开放平台的含义

开放平台有两种含义：

第一种，技术性的开放，像百度、腾讯、阿里巴巴等。具体来看，阿里可以提供标准化的应用软件，但是数百万形形色色的卖家对于个性化要求的软件，并不是一个公司的力量可以满足的，所以就把这些需求开放给众多的第三方开发者的方式。这一种技术性开放平台目前来看跟 B2C 企业的开放平台关系不大。

第二种，开放平台是指软件系统通过公开其应用程序编程接口（API）或函数（function）来使外部的程序可以增加该软件系统的功能或使用该软件系统的

资源，而不需要更改该软件系统的源代码。

电商企业开放平台属于上述的第二种情况，在此基础上又可以细分为两种形式：A：淘宝商城、日本乐天这种纯平台的模式，即平台本身不负责商品的进销存，全部由入驻商家来做；B：美国亚马逊、当当网、京东商城这种“自营+联营”的模式。

二、主流电商开放平台发展现状

1、天猫商城

天猫是流量大户，其中，流量多集中在旗舰店。对同品牌来说，旗舰店在消费者心中更有质量保障，所以若是品牌在天猫已有旗舰店，那么新店的流量就很难引入。对商家资质要求是：企业注册资本 50 万以上；公司 7 证齐全，化妆品、食品等类目要有相应的前置许可证。

图表 17：天猫商城商家入驻条件一览表

商户入驻类型	商标状态	入驻条件	保证金
旗舰店	R 或 TM	（1）经营一个自有品牌商品的旗舰店； （2）经营多个自有品牌商品且各品牌归同一实际控制人； （3）卖场型品牌（服务类商标）所有者开设的旗舰店	带有 TM 商标的 10 万元；全部为 R 商标的 5 万元
专卖店	R 或 TM	（1）经营一个授权销售品牌商品的专卖店； （2）经营多个授权销售品牌的商品且各品牌归同一实际控制人的专卖店	带有 TM 商标的 15 万元，全部为 R 商标的 10 万元
专营店	R 或 TM	（1）经营天猫同一经营大类下两个及以上他人或自有品牌	15 万元

……

三、电商开放平台盈利模式分析

1、保证金沉淀盈利

保证金是电商平台为保证交易安全与诚信而创立的以约束网商（店）为主要对象的金融约束制度。很显然，由于在交易安全与诚信中，网商（店）与网购者相比居于矛盾的主要方面，以淘宝网为例，保证金收取只针对在该网络零售交易

平台开展业务的网商（店）。例如：假设在淘宝网注册的网店有大约 200 万。按平均每店 1000 元的保证金计算，可得保证金总额为：200 万网店×1000 元＝20 亿。只要网店仍在淘宝网上开展业务，没有退出淘宝网，那么淘宝网在支付宝开立的保证金账户上始终有 20 个亿以上的资金沉淀。

……

第四节 保健品市场分析

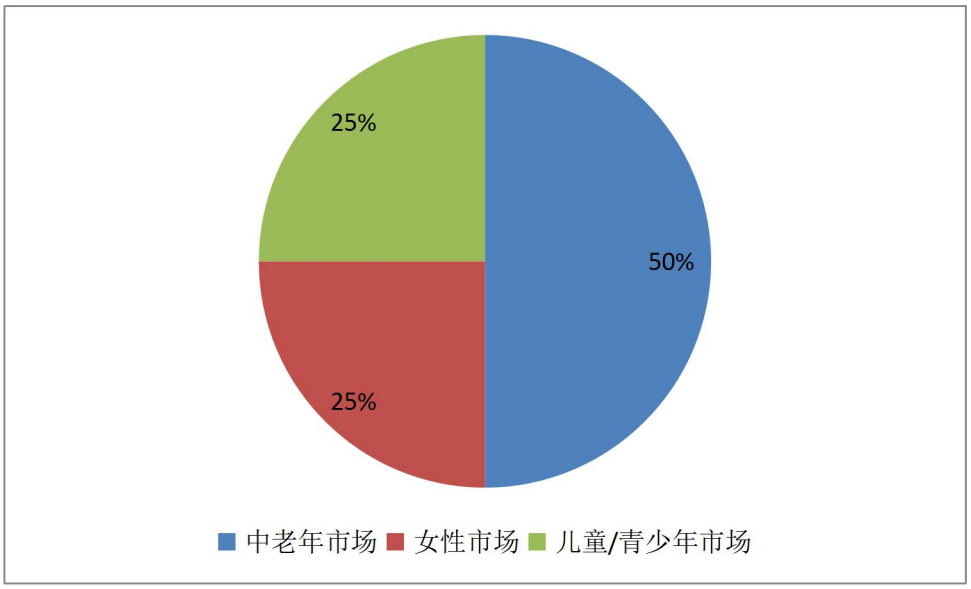
一、保健品发展现状

中国保健品市场兴起于 20 世纪 80 年代，所谓保健食品是指声称具有特定保健功能或以补充维生素、矿物质为目的的食品，适宜特定人群食用，具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的。

保健食品有不同的分类方法。按两分法可分为特定保健功能食品和营养素补充剂；按三分法可分为传统型保健品、现代型保健品和功能型保健品。

据估计，中国保健食品市场中，中老年市场约占一半，女性市场占 25%左右，儿童/青少年市场约占 25%。可见针对中老年人群的保健品市场最大。随着生活水准的提高，老年人注重养身、增强抵抗力，保健品成为老人养身保健的最佳选择。

图表 20：国内保健品市场按群体分类



保健食品品种主要集中在免疫调节、抗疲劳、抗哀老、调节血脂等功能上。由于中国开始进入老龄化社会，用于老年人的营养保健品将是市场主力产品之一。

随着消费者对天然、绿色健康产品的诉求不断提升，天然营养保健品的市场预计会扩大。

二、保健品市场规模分析

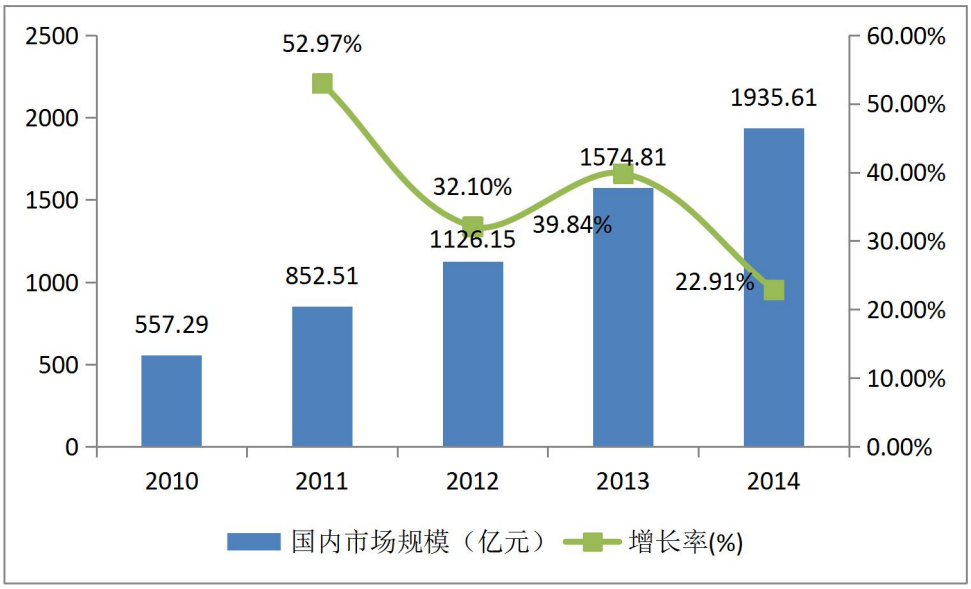
2013 年，我国保健品行业的总产值是 1624.41 亿元，而国内保健品企业的销售收入则为 1579.36 亿元。同期国内保健品出口金额：15.37 亿元，进口金额：10.82 亿元。

2014 年，我国保健品行业的总产值为 2083.25 亿元，同比增长 28.2%，是“十一五”初期总产值的 3.6 倍。

图表 21：2009-2014 年我国保健品市场供需走势（亿元）

年份	产值	销售收入	进口	出口	国内市场规模
2010	581.75	558.02	9.21	9.94	557.29
2011	882.19	856.47	9.3	13.26	852.51
2012	1160.73	1130.68	8.87	13.4	1126.15
2013	1624.41	1579.36	10.82	15.37	1574.81
2014	2083.25	1903.51	11.35	17.28	1935.61

图表 22：2010-2014 年我国保健品市场规模走势图



……

三、国内保健品消费行为分析

1、国内消费者健康意识全球领先

与金砖四国中的其它国家以及美国、西欧和日本等发达国家的消费者相比，

国内消费者具有极强的健康意识。根据调研，73%的中国消费者表示愿意“升级消费”，为他们认为“更健康”的产品支付溢价，这一比例全球平均水平高出 12%。在中国消费者计划增加支出的 15 类产品品类中，保健消费品的排名从 2011 年的第 11 位跃升为 2013 年的第二位。中国中产阶级及富裕消费者的收入不断增加是推动这一市场增长的关键力量。年收入达到 120000 元人民币并迈入富裕消费者是维生素、矿物质及补充剂（VMS）产品消费大幅提升的转折点。2012 年 OTC 市场规模估计为 1130 亿元人民币，VMS 的市场规模估计为 820 亿元人民币。从 2012 年至 2020 年，预计中国的保健消费品的零售市场价值将增加一倍以上，在 2020 年达到约 4200 亿元人民币。

……

四、保健品发展趋势分析

1、市场发展趋势

营养保健品行业发展空间巨大，国内保健产品将参与到国际竞争中。产品与服务市场将不断细分化，产品售后服务要求高，完成行业由卖产品转变为卖服务。保健市场透明度和诚信度不增提高，让理性消费成主流，且科技含量将不断提高。

……

第五节 会员返利模式发展现状与展望

一、返利网站模式简介

1、返利网站运营模式

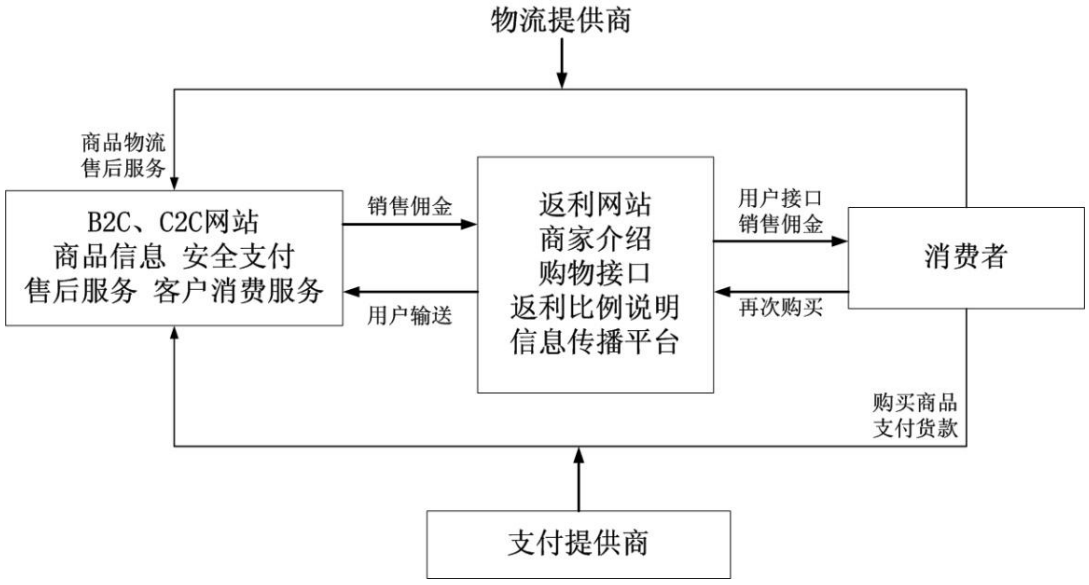
通常意义上的“返利”，是供货方将自己的部分利润返还给销售方（即“销售提成”），它可以有效激励销售方提升销售业绩，是实体商务中一种很常见商业操作模式。

随着电子商务的发展和网上购物的流行，网上商城为了刺激销售，提高消费者购买积极性和商城知名度，“返利模式”在网络营销中也逐渐发展起来。2000 年前后国外开始出现专门的返利网站，如 Fatwallet、Ebates 等；2003 年开始这一模式逐渐被引入中国，易购网、返利网等网站随之兴起，但市场规模不大；到 2009 年，腾讯和网易相继推出了自己的返利平台，购物返利大战正式开始，

返利网站频频曝光并且高速发展，现在返利网站已经成为众多网购消费者的网购第一站。目前主要的返利网站有比比优购物商城网、返还网、淘宝乐购物返还等。

返利网站与 B2C 商家（即“网上商城”）签订合作协议，通过返利网站的广告营销引导消费者到这些商家购物，消费者通过返利网站的链接进入这些商家的购物页面，返利网站会在后台跟踪消费者整个购物流程，在消费者购物成功之后，返利网站就可以根据该笔交易的金额按比例抽取提成，并将该笔提成再按相应比例返还消费者。

图表 25：以返利网站为核心的网站返利产业链



……

二、返利网站发展现状分析

国内的返利网站众多，本节内容主要以返利网站的的龙头返利网（fanli.com）为例进行分析。

1、公司简介

返利成立于 2006 年，是中国领先的电商导购平台，拥有用户超 1 亿，返利现有合作伙伴几乎涵盖了所有知名电商，包括天猫、淘宝、京东、苏宁易购、苹果中国官方商城、一号店、亚马逊、聚美优品等 400 多家电商网站，以及 12000 多个知名品牌店铺。

基于商家资源的整合，返利为用户提供涵盖线上、线下消费的 360° 的返利服务，包括网上购物、线下刷卡、金融保险、旅行团购等。

2015 年，返利网（fanli.com）获电商巨头日本乐天（Rakuten）近 1 亿美元 C 轮融资。

……

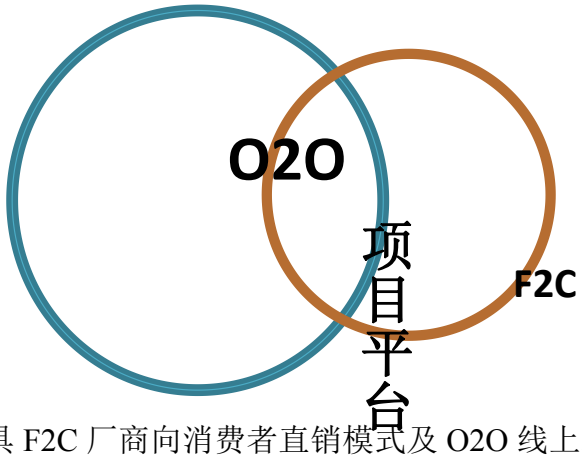
三、返利网站发展前景

第四章 项目运营及建设方案

第一节 运营方案

一、F2C&O2O 商业模式

图表 30：平台商业模式



本项目平台兼具 F2C 厂商向消费者直销模式及 O2O 线上线下模式。

项目电子商务平台采用 F2C 模式，通过电子商务平台打通生产方到终端消费者的销售通道，一方面减少了中间环节，使成本大幅度降低，为低价销售让利给消费者提供了可能；另一方面保证了商品来源可信、品质可靠，真正实现放心消费，无忧消费。

项目企业拥有多年线下经营经验，在项目电商平台运营的同时，还将在线下采用加盟的方式开设实体连锁店，作为线上平台的补充，可以在店销售商品或提货。项目电商平台将对经营线下实体连锁店的经销商予以政策扶持（如更大幅度的会员返利、让利），并鼓励更多个人商户加入成熟的电商线下店铺的开设及经营，以具有高度粘性的平台消费客户群作为有力支撑，真正实现无忧创业，万众创业。

项目平台发展初期以位于黄渤海交界处的地域性标志产品（长岛海参、海胆、

海带，扇贝等海产品，均具有产地认证标志）及特色保健养生茶（对心脑血管疾病，妇科病，糖尿病等疾病具有显著效果）作为其主打商品，未来将在天津建设研发生产基地，进行新产品的研发，生产及加工，并通过电子商务平台及地面连锁店进行销售。

二、返利式营销

三、复合式产业链

四、主打产品

第二节 平台方案

一、核心功能

二、平台系统建设

三、平台的运行特点

四、平台建设方案

五、项目实施内容

六、系统安全设计

七、设备方案

第五章 项目选址分析

第一节、项目选址

一、项目选址的原则

二、项目选址地点

第二节 项目所在地发展环境

一、经济状况

二、产业结构

三、发展机遇

第六章 节能、环保与劳动安全

第一节 节能方案

一、用能标准和节能规范

二、项目能源使用类型

三、能源消耗量估算

四、节能措施

第二节 环境保护

一、环境保护法规及标准

二、项目运营期对周围环境的影响及防治

三、环境影响评价

第三节 劳动安全卫生

一、编制依据

二、主要危害因素分析

三、施工作业危害因素分析

四、各种危害因素防范

五、运营期的劳动安全措施

第七章 组织机构、实施进度与招投标

第一节 组织管理与人力资源

一、组织原则

二、组织机构

三、人员培训

四、职工工资福利

第二节 实施进度

第三节 招投标

一、编制依据

二、招标范围

三、招标组织形式

四、招标方式

第八章 投资估算和资金筹措

第一节 总投资估算

本项目总投资由工程建设费用、工程建设其他费用、预备费、建设期利息以及流动资金构成。

一、估算依据

二、建设投资估算

三、工程费用估算

四、预备费

五、流动资金估算

六、总投资

项目总投资为工程费用、工程建设其他费用、预备费、建设期利息以及流动资金之和，总计为 499.70 万元，其中：工程费用 282.00 万元、预备费 56.40 万元，流动资金 173.55 万元。

图表 49：项目总投资构成表

序号	项目	合计
1	固定资产投资	338.40
1.1	建设投资	338.40
1.1.1	工程费用	282.00
1.1.1.1	建筑工程费	130.00
1.1.1.2	设备购置费	145.00
1.1.1.3	安装工程费	7.00
1.1.2	工程建设其他费用	0.00
1.1.3	预备费用	56.40
1.1.3.1	基本预备费用	56.40
1.1.3.2	涨价预备费用	0.00
1.2	建设期利息	0.00
2	铺底流动资金	173.55
3	总计	511.95

第二节 项目资金筹措

项目总投资额为 511.95 万元，资金全部由企业自筹解决。

第九章 财务效益和经济效益评价

第一节 财务评价

一、评价依据

二、费用与效益估算数据选取

三、营业收入估算

四、营业税及附加

五、增值税

六、成本费用估算

根据现行财务制度规定，企业的总成本按产品生产成本及管理费用、财务费用、销售费用等期间费用计算。为便于本项目的财务测算及评价，本报告依据《建设项目经济评价方法与参数》（第三版）的方法，将上述费用中的相同各项费用归并后，按生产成本、管理费用、财务费用及营业费用四个要素进行测算。

1、生产成本包括办公场地产生的直接燃料动力费、工资及福利费及制造费用。

（1）根据企业提供的有关资料，本项目无直接材料费。根据能耗计算，项目直接燃料动力（水、电、天然气）7 万元/年。

图表 50：外购燃料及动力费用估算表

序号	项目	合计	运营期				
			T+1	T+2	T+3	T+4	T+5-10
0	生产负荷（%）		50	80	100	100	100
1	燃料费用		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2	动力费用	70.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00
2.1	水	50.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	单价（元/吨）		5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	数量（万吨）		1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
	进项税额	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2.2	电	20.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
	单价（元/KWH）		0.50	0.50	0.50	0.50	0.50
	数量（万 KWH）		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
	进项税额	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
3	外购燃料及动力费合计	70.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00
4	外购燃料及动力进项税额合计	11.90	1.19	1.19	1.19	1.19	1.19

（2）项目劳动定员按 56 人预估，其中管理人员 3 人，年工资水平按照 24 万元/人；技术人员 5 人，工资水平按照 24 万元/人；财务人员 2 人，工资水平按照 8.4 万元/人；美工 1 人，工资水平按照 12 万元/人；销售及其他人员共 32 人，

工资水平按照 7.2 万元/人，福利费为工资的 14%。经计算，本项目年工资及福利 596.45 万元/年。

图表 51：工资和福利估算表

序号	项目	合计	运营期				
			T+1	T+2	T+3	T+4	T+5
1	生产负荷		100	100	100	100	100
1.1	技术						
	人数		5	5	5	5	5
	人均年工资（万元/年）		24.00	24.00	24.00	24.00	24.00
	工资额	1200.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
1.2	美工						
	人数		1	1	1	1	1
	人均年工资（万元/年）		12.00	12.00	12.00	12.00	12.00
	工资额	120.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00
1.3	行政办公						
	人数		2	2	2	2	2
	人均年工资（万元/年）		7.20	7.20	7.20	7.20	7.20
	工资额	144.00	14.40	14.40	14.40	14.40	14.40
1.4	财务						
	人数		2	2	2	2	2
	人均年工资（万元/年）		8.40	8.40	8.40	8.40	8.40
	工资额	168.00	16.80	16.80	16.80	16.80	16.80
1.5	客服						
	人数		10	10	10	10	10
	人均年工资（万元/年）		7.20	7.20	7.20	7.20	7.20
	工资额	720.00	72.00	72.00	72.00	72.00	72.00
1.6	销售						
	人数（人）		30	30	30	30	30
	人均年工资（万元/年）		7.20	7.20	7.20	7.20	7.20
	工资额	2160.00	216.00	216.00	216.00	216.00	216.00
1.7	管理人员						
	人数（人）		3	3	3	3	3
	人均年工资（万元/年）		24.00	24.00	24.00	24.00	24.00
	工资额	720.00	72.00	72.00	72.00	72.00	72.00

序号	项目	合计	运营期				
			T+1	T+2	T+3	T+4	T+5
2	工资总额	5232	523.20	523.20	523.20	523.20	523.20
	福利费	732.48	73.25	73.25	73.25	73.25	73.25
	合计	5964.48	596.45	596.45	596.45	596.45	596.45

（3）制造费用包括折旧费、摊销费、修理费及其他制造费用，修理费按固定资产折旧费的 25%计算，无其他制造费用。

2、期间费用估算

按照企业实际情况计算。

图表 52：项目总成本费用估算表

序号	项目	合计	运营期				
			T+1	T+2	T+3	T+4	T+5
0	生产负荷（%）		50	80	100	100	100
1	外购原辅材料费	444000.00	4000.00	20000.00	35000.00	40000.00	45000.00
2	外购燃料及动力费	81.90	8.19	8.19	8.19	8.19	8.19
……	……	……	……	……	……	……	……
8	摊销费	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
9	利息支出	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
10	总成本费用合计（6+~+9）	533276.17	5562.62	24412.62	42262.62	48162.62	54062.62
10.1	其中：可变成本	482651.90	4428.19	21758.19	38088.19	43508.19	48928.19
10.2	固定成本	50624.27	1134.43	2654.43	4174.43	4654.43	5134.43

七、利润估算

企业所得税按照 25%计算，项目完全达产年缴纳所得税及税后利润详见项目利润估算表。

八、财务评价指标

九、盈亏平衡点计算

第二节 项目敏感性分析

第十章 社会效益分析

第一节 项目社会影响分析

一、项目建设对当地经济的影响

二、项目建设对关联产业的影响

三、项目建设对社会就业的影响

四、项目建设对津南区发展的影响

第二节 社会互适性分析

一、政府对项目的态度与支持程度

二、当地居民对项目的态度

三、当地企业界对项目的态度

第十一章 结论与建议

第一节 结论

第二节 建议

尚普咨询各地联系方式

北京总部：北京市海淀区北四环中路 229 号海泰大厦 11 层

联系电话：010-82885739　13671328314

河北分公司：河北省石家庄市长安区广安大街 16 号美东国际 D 座 6 层

联系电话：0311-86062302　0311-80775186　15130178036

山东分公司：山东省济南市历下区解放路 43 号银座数码广场 15 层

联系电话：0531-61320360　13678812883

天津分公司：天津市南开区鞍山西道信诚大厦 3 层

联系电话：022-87079220　13920548076

江苏分公司：江苏省南京市秦淮区汉中路 169 号金丝利国际大厦 13 层

联系电话：025-86870380　18551863396

上海分公司：上海市浦东新区商城路 800 号斯米克大厦 6 层

联系电话：021-64023562　18818293683

陕西分公司：陕西省西安市高新区唐延路 3 号旺座国际城 B 座 31 层

联系电话：029-63365628　15114808752

广东分公司：广州市天河区珠江新城华夏路 30 号富力盈通大厦 41 层

联系电话：020-84593416　13527831869

重庆分公司：重庆市渝中区民生路 235 号海航保利大厦 35 层

联系电话：023-67130700　　18581383953

浙江分公司：杭州市江干区富春路 789 号宋都 4 层

联系电话：0571-87215836 13003685326

湖北分公司：武汉市汉口中山大道 888 号平安大厦 21 层

联系电话：027-84738946 18163306806