



福建省房地产改造项目 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

北京总部：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 项目概况 | 1 |
| 第一节 项目概况 | 1 |
| 第二节 项目编制依据 | 1 |
| 第三节 项目结论 | 1 |
| 第二章 项目公司介绍 | 1 |
| 第三章 项目建设背景及必要性 | 1 |
| 第一节 项目背景 | 1 |
| 一、项目区旅游热度持续升离 | 1 |
| 二、优质房地产资源闲置严重 | 2 |
| 三、现有对外客房创收已近饱和 | 3 |
| 第二节 项目建设必要性 | 3 |
| 四、高端医疗专业人力资源亟待充分利用 | 3 |
| 五、厦门高端医疗体检市场商机显现 | 4 |
| 第四章 市场调研及前景预测 | 4 |
| 第一节 旅游客房市场分析 | 4 |
| 一、投资环境分析 | 4 |
| 二、竞争分析 | 6 |
| 三、市场预测 | 6 |
| 第二节 健康体检市场分析 | 7 |
| 一、投资环境分析 | 7 |
| 二、竞争分析 | 7 |
| 三、市场预测 | 9 |
| 第五章 项目定位 | 10 |
| 第一节 酒店客房中心 | 10 |
| 一、SWOT 分析 | 10 |
| 二、市场定位 | 10 |
| 第二节 健康管理中心 | 11 |
| 一、SWOT 分析 | 11 |

| | |
|------------------------------|----|
| 二、市场定位..... | 11 |
| 第六章 项目选址分析..... | 12 |
| 第七章 项目建设方案..... | 12 |
| 第八章 项目节能分析..... | 12 |
| 第九章 项目环保分析..... | 12 |
| 第十章 项目实施进度..... | 12 |
| 第十一章 项目组织机构..... | 12 |
| 第十二章 项目投资分析..... | 12 |
| 第一节 投资估算..... | 12 |
| 一、投资估算依据..... | 12 |
| 二、项目投资估算..... | 12 |
| 三、投资构成..... | 12 |
| 第二节 资金筹措..... | 15 |
| 第十四章 项目财务分析..... | 15 |
| 第一节 经济评价和效益分析依据..... | 15 |
| 第二节 财务评价基本参数..... | 15 |
| 第三节 经济效益分析..... | 15 |
| 一、营业收入、营业税金及附加..... | 15 |
| 二、成本及费用估算..... | 16 |
| 三、利润及分配..... | 17 |
| 四、资本金净利润率、总投资收益率..... | 17 |
| 第四节 财务盈利能力分析..... | 17 |
| 一、项目财务内部收益率、财务净现值和投资回收期..... | 17 |
| 二、项目资本金财务内部收益率..... | 17 |
| 第五节 财务清偿能力分析..... | 17 |
| 第六节 不确定性分析..... | 17 |
| 第七节 评价结论..... | 17 |
| 第十五章 项目风险及措施分析..... | 18 |
| 第一节 政策风险及对策..... | 18 |
| 第二节 市场风险及对策..... | 18 |

| | |
|----------------------|----|
| 第三节 技术创新的风险及对策 | 18 |
| 第十六章 项目结论与建议 | 18 |
| 第一节 结论 | 18 |
| 第二节 建议 | 18 |

第一章 项目概况

第一节 项目概况

项目名称：福建省房地产改造项目
项目承办公司：福建省某房地产公司
项目占地：70 亩
建筑面积：2.9 万平方米
项目实施周期：2 年。
.....

第二节 项目编制依据

第三节 项目结论

第二章 项目公司介绍

第三章 项目建设背景及必要性

第一节 项目背景

一、项目区旅游热度持续升离

项目区面积近 1.87 平方公里,但除去私人住宅、军政单位已占土地面积,实际上可供游客休闲活动游览的空间不足 0.5 平方公里。总人口 1.8 万人,包括本地居民 0.9 万人,服务人口 0.4 万人,留宿游客 0.5 万人。总游客容量控制为 400 万人次/年。日均游客量控制在 1.2 万人左右,高峰日游客容量为 2.7 万人。

项目区游客 1.9 万人时为最佳容量(舒适),游客 2.5 万人时为较佳容量(较舒适),游客达到 5 万人时为拥挤容量(超容量)。但是过去 10 年间,项目区旅游热度急剧升温,特别是 2010 年福厦动车开通后,动车拉动旅游经济效应显著。2011 年和 2012 年景区接待游客同比大幅度增长,分别达到 23%和 51%。2013 年共接待游客 1122 万人次,较去年同期下降 1.3%,但游客总量仍然保持在较高水平。2013 游客数量略降的主因有:一是国内外经济形势总体有所下滑,旅游消费受到一定影

响;二是 A 级景区门票普遍降价,全国达 1200 多家,许多游客有更多选择余地,有些选择就近旅游;三是随着旅游成本下降,旅游已普及到中低消费人群,许多人已经实现了最少一次来的愿望;四是旅游开发兴起也分流了部分客流。总体来看,随着向莆高铁、龙厦动车、厦深动车开通和国家交通网络的进一步完善,预计 2014 年项目区旅游市场将迎来新的高峰,继续保持高速增长势头。

图表 1: 2003—2013 年游客接待量统计

| | | |
|--------|---------|----------|
| 2004 年 | 500.28 | +6 % |
| 2005 年 | 480.78 | -4 % |
| 2006 年 | 465.45 | -3 % |
| 2007 年 | 478.93 | +3% |
| 2008 年 | 501.15 | +5 % |
| 2009 年 | 514.85 | +3 % |
| 2010 年 | 633.81 | +23 % |
| 2011 年 | 960.00 | +51.46 % |
| 2012 年 | 1136.66 | +26.29 % |
| 2013 年 | 1122.03 | -1.3% |

二、优质房地产资源闲置严重

2003 年以来,望海楼因其条件设施简陋,10 年来产生商业价值微薄。项目区旅游旺季(7 月-9 月)标间 100 元/天且入住率不足 40%;每年冬季有 5-10 个房间作为“候鸟老人”的长租房使用,租期往往 2-3 个月,包月租金 2400 元。所谓“候鸟老人”就是北方冬季来厦门过冬的老人。距离望海楼不足 30 米,自然景观条件相近的家庭旅馆标间房费 368-498 元,且旅游旺季客房需提前 7 天预订,基本客满,即使在旅游淡季,客房出租率也基本保持在 70% 以上。根据保守估算,望海楼如整修后作为对外客房使用,共有 48 个标间,如入住率在 75%,平均房价在 400 元/天,每月对外收入将达到 43.20 万元,年收入可达 518.40 万元。而实际上,目前望海楼平均每月创收不足 6 万元,年创收不足 70 万元。巨大的经济价值未被开发。10 年来,每年均有若干个私营机构或个体商户来院洽谈,意向整栋承租或合作开发望海楼

项目,用作客房旅馆用途。但是由于受体制内政策因素限制、人为因素干扰等原因未能成行。

三、现有对外客房创收已近饱和

疗养院共有客房 180 间(含标间、套间),其中疗养用房 110 间,对外客房 70 间。根据我院现行的酒店管理系统数据,近四年由于受床位数限制,近三年客房年均出租率保持在 80%左右,对外客房创收潜力已无太大空间可挖掘,重启望海楼整修开发又摆上决策者的议事日程。望海楼整修后将作为对外客房使用,不作为内部疗养保障使用。

图表 2: 近 5 年对外客房出租率

| 年份 | 第一季度出租率 | 第三季度出租率 | 年均出租率 |
|-------|---------|---------|-------|
| 2009年 | 63.2% | 80.5% | 71.4% |
| 2010年 | 70.1% | 87.9% | 78.2% |
| 2011年 | 72.6% | 92.3% | 81.7% |
| 2012年 | 68.5% | 88.2% | 74.8% |
| 2013年 | 65.4% | 85.6% | 76.3% |

.....

第二节 项目建设必要性

四、高端医疗专业人力资源亟待充分利用

疗养院展开 12 科室,其中临床科室 5 个(疗养一科、疗养二科、疗养三科、门诊部、心理科),医技科室 5 个(药械科、影像科、检验科、理体疗科),职能科室 2 个(信息科、接待科),卫生专业技术干部 83 人,占疗养院工作人员近 70%.其余为管理人员、卫生员、服务员、厨师等。现有医生、护士、技师、药师各专业人员配置齐整,各专业高级、中级、初级专业人才梯队健全。

.....

五、厦门高端医疗体检市场商机显现

目前厦门市现有的体检机构均有短板不足,无论医院自营的,还是民间投资独立经营的,均无有力的市场营销队伍支持,缺乏服务意识,经营理念和规模都处于初级阶段,没有形成明显的市场领导者,没有成熟的大品牌或拥有先进时尚理念的体检机构主导市场,远不能满足厦门健康体检市场需求,在目前这种市场

.....

第四章 市场调研及前景预测

第一节 旅游客房市场分析

一、投资环境分析

1、宏观经济因素(Economic)

不利因素:随着福厦动车拉动经济效应的消退,国内外经济形势总体下行等原因,项目区均旅游客房已经从 2010-2011 年供需两旺的状况,从 2012 年其逐步进入供过于求的状况。据统计,项目区均近两年,平均每日在项目区过夜旅客人数约 5000 人,而项目区酒店宾馆、家庭旅馆床位数达到 8000 多个,导致项目区旅游客房出租率仅在 65%左右,与厦门市的旅游客房出租率基本持平。

截止 2013 年 12 月项目区 1)1?有星级宾馆酒店 9 家(海上花园酒店 4 星 96 间、项目区别墅酒店准 4 星 121 间床位 200 个;吴家园宾馆准 3 星 42 间、水务宾馆准 2 星 42 间、四季如春酒店准 2 星 86 间、磐诺假日酒店准 2 星 91 间、丽之岛酒店准 2 星、琴岛酒店 2 星 31 间重新装修中、华能宾馆准 2 星);疗养院 3 家(干部疗养院 86 间、南京军区疗养院 70 间、美华老人疗养院);据不完全统计,项目区均登记注册和地下经营的家庭旅馆共约 400 多家,,床位约 8000 多个,其中有工商执照的正规旅馆约 110 家,其余多是无证经营的旅馆或是居民楼等普通民宿进行家庭旅馆式经营。房间数超过 25 间,要纳入酒店管理的家庭旅馆共有 12 家。2007 年时,项目区均旅游刚刚起步,岛上家庭旅馆不过 26 家,但是到福厦高铁刚开通后的三年,项目区均家庭旅馆数量出现“井喷式”增长。

图表 3：房间数超过 25 间的家庭旅馆一览表

| 名称 | 房间数 | 床位数 |
|---------|-----|-----|
| 湾景旅馆 | 26 | 40 |
| 张三疯猫窝旅馆 | 26 | 26 |
| 笠曲旅馆 | 27 | 31 |
| 描绘生活旅馆 | 28 | 56 |
| 玛拉巴酒店 | 30 | 36 |
| 罗马假日旅馆 | 31 | 36 |
| 花藤蜗居旅馆 | 32 | 40 |
| 杨家园酒店 | 36 | 41 |

.....

有利因素:厦门的国际旅游主要来自东南亚游客,国内旅游主要来自华东、华南,目前东南亚经济圈和华东华南经济圈经济前景看好,旅游消费人群不断拓展,拥有良好的旅游市场前景。项目区是厦门市核心景区,来厦的游客往往将项目区旅游列为首要行程,因此,项目区的客源与厦门本岛的客源基本一致。随着厦门经济特区的腾飞,项目区申报世界进程的推进,项目区各种旅游配套服务设施日臻完善,项目区日益成为国内外游客度假、观光、购物、休闲、娱乐的热门去处。

.....

图表 4：厦门近 5 年游客接待人数统计表

| 年份 | 接待游客 | | 过夜游客数 (万人) | |
|--------|---------|-------|------------|-------|
| | 人数 (万人) | 同比增长% | 人数 (万人) | 同比增长% |
| 2009 年 | 2524.85 | 15.07 | 1289.08 | 24.87 |
| 2010 年 | 2863.27 | 13.40 | 1498.49 | 16.24 |
| 2011 年 | 3522.94 | 23.04 | 1738.78 | 16.04 |
| 2012 年 | 4124.43 | 17.07 | 2184.91 | 25.66 |
| 2013 年 | 4667.61 | 13.17 | 2448.41 | 12.06 |

2、政策法律因素(Political)

.....

3、社会文化因素(Social)

.....

4、技术环境因素(Technological)

.....

二、竞争分析

尽管疗养院对外客房位于项目区的最黄金地段,且大部分客房依山而建,均有阳台和海景,但是由于设施设备陈旧,且未能提供高品质服务,对外销售价格一直处于中偏低水平。导致高端消费游客偏向于景观优势稍弱,但装修豪华,服务规范的海上花园酒店、项目区均别墅等高规格酒店,而中低端消费游客偏向于富有小资情调和个性化装修风格的家庭旅馆。好在疗养院虽得益于得天独厚的优越地理位置,现有客房入住率一直在 75%左右徘徊,经营处于不温不火的状态。

图表 5：同类酒店经营情况调查表

| 单位名称 | 海上花园酒店 | 鼓浪别墅 | 干部疗养院 | 本院 |
|--------|--------------|-------|-------|-------------|
| 总房间数 | 96间 | 121间 | 86间 | 70间 |
| 评级 | 四星 | 准四星 | 准三星 | 准二星 |
| 标间门市价格 | 1080元 | 1180元 | 680元 | 560元 |
| 标间团队价格 | 500元 | 548元 | 428元 | 760元 |
| 套间门市价格 | 1280元 | 1680元 | 1088元 | 320元 |
| 套间团队价格 | 600元 | 930元 | 828元 | 468元 |
| 特色 | 硬件较好 配套齐全 | 硬件较好 | 硬件一般 | 硬件陈旧 有海景 |

三、市场预测

1、供需预测

依据《项目区商业网点规划》：“人口规模:总人口 1.8 万人。包括本地居民 0.9 万人,服务人口 0.4 万人,留宿游客 0.5 万人。游客接待规模:总游客容量控制为 400 万人次/年。日均游客量应控制在 1.2 万人左右,高峰日游客容量为 2.7 万人。酒店宾馆客房床位数近期控制在 5700 个,远期市政配套设施条件完善后,总床位数可适当增加 10%,达到 6300 个。”测算:

.....

2、价格预测

望海楼按四星酒店客房标准装修,客房价格参照四星级酒店海上花园酒店为标准,标间门市价 1080 元,团队价 500 元,淡季最低折扣价 350 元。

第二节健康体检市场分析

一、投资环境分析

中国人口健康状况不容乐观,健康人群仅占 5%,处于疾病状态的人群占 20%,亚健康状态占余下 75%。但是中国人口的体检普及率不高,一线城市如北京和上海,城市人口体检率仅达到 20%和 15%左右。经济增长,人们生活水平提高,个人消费观念的改变,保健意识增强,可以判断健康体检产业目前仍为朝阳产业,市场还为完全成熟,尚有较大增长空间。据统计,目前全国有各类健康体检(管理)中心 5000 余家。目前体检市场主要的经营机构是医院、疗养院、门诊部和健康管理中心四种类型,此外有些地区还存在流动体检队。医院体检部,是以医院为依托建立的,这是我国目前最主要的体检机构,占我国体检机构数量的 90%。

1、政治法律因素(Pol itical)

厦门市政府委托民盟进行一项“厦门市市民健康体检情况调查”,课题研究成果表明,“我国人群中最不健康的 1%和患慢性病的 19%共用了 70%的医疗卫生费用;而最健康的 70%人口只用了 10%的医疗卫生费用。如果健康产业真能管好人们的健康,把集中花在大病、重病上的医疗资源用到健康人群身上,无疑将会大大节约医疗资源。”

.....

2、宏观经济因素(Economic)

.....

3、社会文化因素(Social)

.....

4、技术环境因素(Technological)

.....

二、竞争分析

1、厦门独立健康管理中心情况调研分析

厦门地区成规模的独立的健康管理中心不多,主要有三家翔鹭、国宇走高端路线,73322 部队健康管理中心走中低端路线。除翔鹭与五星级酒店横向联合外,

其他健康管理中心业务比较单一,未有鼓浪均这种可以集旅游、住宿、体检为一体的商业条件。

图表 6: 厦门独立健康管理中心经营情况调查表

| 机构名称 | 翔鹭 | 国宇 | 73322 部队 健康管理中心 |
|------------|----------------------------|----------------------------------|-----------------------------|
| 定位及地理位置 | 超高端、厦门五星级翔鹭酒店地下一层 | 中高端、仙岳山森林公园西门旁边 | 中端、部队二甲医院对外合作健康管理中心、厦门老区 |
| 特色设备服务 | PET/CT、3T 磁共振 | DR 等 | 全身 TTM |
| 日均体检量 | 约 30-50 人 | 约 60-80 人 | 约 20-40 人 |
| 体检大客户 | 招商银行钻石级 VIP 及部分企业高管人员 | 厦门日报、厦门烟草、厦门港务、民生、平安、建设等各大银行 VIP | 主要针对部队及部分企业 |
| 关联医院 | 厦门市三甲医院可选 | 中山医院（绿色通道） | 73322 部队医院 |
| 套餐定制情况 | 可自定义 | 可自定义 | 可自定义 |
| 套餐收费情况（散客） | 最低 1750，最高 22000 | 最低 980，最高 4200 | 最低 850，最高 3600(TTM 收费 1200) |
| 套餐收费情况（团检） | 最低 400-600，最高根据情况而定 | 200 开始，最高根据情况而定 | 200 开始，最高根据情况而定 |
| 总评 | 环境一流，体检设备齐全，具有大型影像设备，但收费过高 | 环境优雅，基本体检设备齐备，服务较好，流程安排比较合理 | 环境一般，服务一般，收费相对合理 |

2、厦门各医院健康管理中心调研分析

各医院健康体检中心设备性能优良,医务人员普遍学历水平较高,检后治疗有保证,但是由于体检通过量大,个性化服务稍弱,排队等待时间长且消费者隐私保密需求未能得到满足。

图表 7: 厦门各医院健康管理中心经营情况调查表

| 医院名称 | 厦门大学附属 第一医院 | 厦门大学附属 中山医院 | 厦门中医院 | 解放军 174 医院 |
|-------------|-----------------------------|--------------------------------|--------------------|----------------------------|
| 基本情况 | 厦门最大, 年接待量最多 | 门诊 4 楼, 面积不大, 基本依托医院设备及人员 | 依托医院, 中医养生体检 | 部队医院, 无市场队伍, 依托群众信赖 |
| 特色设备服务 | 医院设备齐全, 检后服务依托医院 PET-CT | 医院设备齐全, 检后服务依托医院 | 健康养生咨询及中医药膳咨询 | 320CT |
| 每日平均体检病人 | 约 100-300 人 | 约 80-200 人 | 约 80-150 人 | 约 80-150 人 |
| 有无体检门诊 | 有 | 有 | 有 | 有 |
| 套餐定制情况 | 可自定义 | 可自定义 | 可自定义 | 可自定义 |
| 套餐收费情况 (散客) | 最低 8 元, 最高 18000 元, 共 6 档 | 200-12000 元 | 120-3600 元 | 200-15000 元 |
| 套餐收费情况 (团检) | 最低 400-600, 最高根据情况而定 | 400 开始, 最高根据情况而定 | 400 开始, 最高根据情况而定 | 400 开始, 最高根据情况而定 |
| 总评 | 环境一般, 体检设备齐全, 具有大型影像设备。口碑最好 | 环境不好, 基本体检设备齐备, 服务较好, 流程安排比较合理 | 环境一般, 服务一般, 收费相对合理 | 环境不错, 服务一般, 流程安排杂乱, 接待能力差。 |

三、市场预测

1、供需预测

2012 年厦门市共实现地区生产总值(GDP) 2817. 07 亿元,在福建省中位居第三位,且城市居民年人均消费支出 2. 5 万元,可以看出厦门是一个经济实力雄厚,消费能力较强的中等一线城市,全市整体经济水平呈逐年上升趋势,无论城市还是乡镇医疗保障系统均日趋完善。2012 年底,厦门常住人口达 367 万,其中企业员工人数近 200 万,如果企业人员每年进行一次例行体检,以人均体检费 400 元算,厦门企业员工体检市场将达到 8 亿元。厦门市有一定规模的健康管理机构包括公立医院及私立健康体检机构共 7 家,年接待能力不足 30 万人次,全市年体检总收入约 1. 2 亿元,人均体检消费约 400 元。发达国家全民体检率高达 70%,而厦门市全年接受体检人数不足 30 万人,仅达到城市总人口的 10%,远远未达到北京上海一线城市发达城市的体检率标准。其他周边较不发达城市全年接受体检人数大多仅达到城市总人口的 5%,体检市场潜力巨大,体检行业将进入快速发展轨道。体检服务需求尤其是中高端体检服务的需求持续增长,体检中高端市场日趋向上,中高端健康体检市场呈现出前所未有的发展机遇。以杭州的解放军杭州疗养院高级干部健康体检管理中心为例,该中心紧邻杭州西湖景区,建筑面积 10800 平方米,经过十余年来

发展,吸引江、浙、沪地区众多的企、事业单位,党政机关团体到杭疗进行健康体检、旅游体检、疗养体检,现体检设备总价近 6000 万,单日体检最大通过量逾千人,年体检量 10 万多人次,年营业额达到 1.2 亿,净利润超过 4000 万。

2、价格预测

由于项目区地理位置特殊,地处旅游区,交通不便,进出岛路途需要近 1 个小时,因此将难以吸引中低端人群前来进行单一目的的体检。中低端人群一般会选择所在单位就近体检机构或者市区医院体检。

.....

第五章 项目定位

第一节 酒店客房中心

一、SWOT 分析

1、优势(Strength)

- (1) 目前自有资金足够支撑本项目。
- (2) 依山傍海,地处鼓浪均景观最佳位置,B 比邻日光岩、菽庄花园两大核心景区。具备园林式营院环境,望海楼客房均有海景,离海水浴场近 30 米。
- (3) 有现成的酒店管理人员,现有丰富酒店客房管理经验。

.....

2、劣势(Weakness)

- (1) 距离轮渡码头较远,有 15 分钟步程。
- (2) 体制内机构,不适合投放广告,营销手段较局限。
- (3) 入住户型单一化,个性化和家庭化装修需求未能满足。

.....

3、机会(Opportunity)

4、威胁(Threat)

二、市场定位

背包客及年轻情侣是家庭旅馆或平价的宾馆酒店的主攻市场。为了避免与鼓浪屿上百家家庭旅馆同质竞争,并与现有低价客房互补,发挥自身地理景观优势,

建议参照四星级商务酒店的标准改建望海楼,把客源市场主要定位在消费水平中等的休闲观光客户,公务旅行的个人或团队客户,以及对急救、康复、疗养、心理治疗、安保有特殊需求的客户。

第二节 健康管理中心

一、SWOT 分析

1、优势(Strength)

(1) 环境优美,气候宜人。远离市区,具有一定私密性,可满足特定人群的隐私需求。

(2) 免税免房租。

(3) 有配套客房、餐厅,方便客户进行体检以外的消费需求,如住宿、餐饮、旅游等。多元化经营平衡收支,抗风险能力增强。

.....

2、劣势(Weakness)

(1) 地理位置特殊,交通不便。鼓浪屿和厦门市之间的交通只有渡轮,岛内也只能行驶电瓶车,目前鼓浪屿有 4 辆电瓶车(可以增配一辆,达 5 辆),驾驶员 3 名。无法接待大团队的体检。

.....

3、机会(Opportunity)

4、威胁(Threat)

二、市场定位

从体检人群考量,目前全国健康体检市场规模达到 100 亿,每年体检人次近亿人,体检高端人群占 1/3,中端人群占 1/2,其余 1/6 为低端人群。许多中高端人群已不满足于普通体检,个性化体检、深度体检的需求越来越强烈。从体检方式考量,目前体检需求量最大依旧是团体体检,绝大多数体检客人还是由单位出资作为福利项目体检客人。

.....

第六章 项目选址分析

第七章 项目建设方案

第八章 项目节能分析

第九章 项目环保分析

第十章 项目实施进度

第十一章 项目组织机构

第十二章 项目投资分析

第一节 投资估算

一、投资估算依据

二、项目投资估算

前期投资包括装修改造、物资配备、体检设备、非体检设备、流动资金等。

1.装修改造:健康管理中心总面积为 3408 平方米,按照设定的规模,需装修 1 层体检办公和候诊用房和 3 层 4 星级酒店客房。每平方米需要 2600 元的装修改造费,总装修改造造价暂按照 886.08 万元测算,包括内外装修和土建改造加固工程、配套工程(消防、弱电等)的改造。由于鼓浪均人工成本较高,经本地建筑公司估算,装修成本比厦门每平方米高 30%,内外装修成本 590.72 万元,约占总造价的 2/3。

2.物资配备:客房楼层配套参照同等档次的酒店,需要前期投入大约需要 107.42 万元。。

三、投资构成

图表 8:体检设备表

单位: 万元

| 设备名称 | 数量 | 参数要求 | 预算单价 | 预算总价 |
|-----------|----|-------------|--------|--------|
| 五分类血液分析仪 | 1 | 60t/h | 60.00 | 60.00 |
| 尿液分析仪 | 1 | | 2.00 | 2.00 |
| 酶标仪（读板机） | 1 | | 3.20 | 3.20 |
| 洗板机 | 1 | | 2.20 | 2.20 |
| 水浴箱 | 1 | | 1.20 | 1.20 |
| 液基细胞组织制片机 | 1 | | 3.00 | 3.00 |
| 病理图文系统 | 1 | | 1.50 | 1.50 |
| 高倍显微镜 | 1 | | 4.50 | 4.50 |
| 4° C冰箱 | 1 | | 1.80 | 1.80 |
| 普通冰箱 | 1 | | 1.60 | 1.60 |
| 离心机 | 1 | | 2.30 | 2.30 |
| 动态血沉压积测定仪 | 1 | | 1.00 | 1.00 |
| 血流变 | 1 | | 6.00 | 6.00 |
| 血红蛋白仪 | 1 | | 2.00 | 2.00 |
| 微量元素分析仪 | 1 | | 4.00 | 4.00 |
| TTM全身热成像 | 1 | | 78.00 | 78.00 |
| 彩超 | 2 | 高频、腹部、腔内 | 30.00 | 60.00 |
| 高档彩超 | 1 | 高频、腹部、心脏、腔内 | 100.00 | 100.00 |

图表 9：非体检设备

单位：万元

| 序号 | 非体检设备名称 | 所在地 | 数量 | 单价 | 总价 |
|----|---------|------|----|-------|-------|
| 1 | 电脑服务器 | 信息机房 | 2 | 1.00 | 2.00 |
| 2 | 程控交换机 | 信息机房 | 1 | 3.00 | 3.00 |
| 3 | 台式电脑 | 各科室 | 10 | 0.30 | 3.00 |
| 4 | 空调 | 各科室 | 12 | 0.30 | 3.60 |
| 5 | 综合布线 | 各科室 | 1 | 5.00 | 5.00 |
| 6 | 阅卷机 | 前台 | 1 | 1.00 | 1.00 |
| 7 | 打印机 | 各科室 | 1 | 1.00 | 1.00 |
| 8 | LED显示条屏 | 各科室 | 1 | 2.50 | 2.50 |
| 9 | 排队机 | 前台 | 1 | 1.00 | 1.00 |
| 10 | 激光打印机 | 打印报告 | 2 | 0.20 | 0.40 |
| 11 | 复印机 | 行政 | 1 | 1.00 | 1.00 |
| 12 | 投影机 | 会议 | 1 | 0.80 | 0.80 |
| 13 | 轻型客车 | 行政 | 1 | 10.00 | 10.00 |
| 14 | 电瓶车 | 行政 | 2 | 8.00 | 16.00 |

体检卫生专业人员构成

共需 15 人,工资奖金与体检业务量挂钩,按体检业务毛收入的 30% 计算。

图表 10: 卫生专业人员构成表

单位: 人

| 科室 | 高称 | 中称 | 初称 | 小计 |
|-----|----|----|----|----|
| 报告室 | 1 | 1 | | 2 |
| 放射科 | 1 | 1 | | 2 |
| 检验科 | 1 | 1 | | 2 |
| 特诊科 | 1 | 2 | 1 | 4 |
| 外科室 | 1 | | | 1 |
| 内科室 | 1 | | | 1 |
| 导医台 | | | 2 | 2 |
| 收费室 | | | 1 | 1 |
| 合计 | 6 | 5 | 4 | 15 |

流动资金:包括人员工资、购买试剂以及筹建期间的培训、招聘、公共关系的维护等费用。装修期间假设为 6 个月,健康管理中心开业前期(2 个月)平均每月为 8 名员工。人均工资为 3000/月,每月需要工资为 2.4 万元。

图表 11: 健康管理中心投资预算表

单位: 万元

| 序号 | 项目名称 | 单位 | 数量 | 单价 | 金额 |
|-----|------------|----|-------|------|--------|
| 一 | 装修工程 | | | | 886.08 |
| (一) | 基建项目 | | | | 295.36 |
| (二) | 装修项目 | | | | 590.72 |
| 二 | 客房楼层物资 | | | | 107.42 |
| (一) | 布草小计 | | | | 23.20 |
| 1 | 房间布草\床等 | 间 | 36.00 | 0.60 | 21.60 |
| 2 | 工服及其他 | 项 | 8.00 | 0.20 | 1.60 |
| (二) | 固定资产及低值易耗品 | | | | 84.22 |
| 1 | 家具家私 | 间 | 36.00 | 1.00 | 36.00 |
| 2 | 空调 | 台 | 36.00 | 0.25 | 9.00 |
| 3 | 热水器 | 台 | 36.00 | 0.10 | 3.60 |
| 4 | 保险柜 | 台 | 36.00 | 0.10 | 3.60 |
| 5 | 电视 | 台 | 36.00 | 0.32 | 11.52 |
| 6 | 吸尘器 | 台 | 2.00 | 0.40 | 0.80 |
| 7 | 热水壶 | 部 | 45.00 | 0.02 | 0.90 |
| 8 | 电话 | 部 | 45.00 | 0.02 | 0.90 |
| 9 | 对讲机 | 部 | 8.00 | 0.20 | 1.60 |

.....

第二节 资金筹措

现有上级拨付资金 1500 万元,自投 311 万元加上级拨付资金,独资经营。

第十四章 项目财务分析

第一节 经济评价和效益分析依据

第二节 财务评价基本参数

第三节 经济效益分析

一、营业收入、营业税金及附加

1.客房收入

按 36 个房间,平均房价 500 元,参考同行平均出租水平和对未来出租率的预测,取出租率 75%估算,年收入=36X75%X500X365=492.75 万元

2.体检收入

主推套餐价格为中端 400—600 元,体检消费人均 500 元,VIP 体检消费平均 1000 元/人,建成 1 年内期望日均普通体检通过量 10 人次,日均 VIP 通过量 1 人次。建成 1 年后第一年期望日均普通体检通过量 20 人次,日均 VIP 通过量 2 人次。建成 1 年后期望体检人数每 3 年递增 20%。

二、成本及费用估算

图表 12：健康管理中心经营成本预测

| 项目 | 占营业收入比重% | 第2年(万元) | 第3年(万元) |
|-------------|----------|---------|---------|
| 一、客房成本(万元) | | 88.70 | 88.70 |
| 人工成本(万元) | 5.00 | 24.64 | 24.64 |
| 物料成本(万元) | | 49.28 | 49.28 |
| 1. 客房费用(万元) | 8.00 | 39.42 | 39.42 |
| 2. 物耗(万元) | 1.00 | 4.93 | 4.93 |
| 3. 维修费用(万元) | 0.50 | 2.46 | 2.46 |
| 4. 布草洗涤 | 0.50 | 2.46 | 2.46 |
| 水电成本(万元) | 3.00 | 14.78 | 14.78 |
| 二、体检成本(万元) | | 131.40 | 262.80 |
| 人工成本(万元) | 30.00 | 65.70 | 131.40 |
| 物料水电及其他成本 | 30.00 | 65.70 | 131.40 |
| 三、经营费用 | | | |
| 营销及其他费用(万元) | 1.00 | 7.12 | 9.31 |
| 租金 | | 0.00 | 0.00 |
| 合计 | | 227.22 | 360.81 |

三、利润及分配

四、资本金净利润率、总投资收益率

第四节 财务盈利能力分析

一、项目财务内部收益率、财务净现值和投资回收期

二、项目资本金财务内部收益率

第五节 财务清偿能力分析

第六节 不确定性分析

图表 13: 敏感性分析表

| 不确定性因素变化 | | 对NPV的影响 | | 对IRR的影响 | |
|------------|--------------|---------|---------|------------|---------|
| 客房出租 间数 | 普通体检 通过人数 | 绝对值(万元) | 相对变化 | 绝对值 (%) | 相对变化 |
| 20% | | 2216.54 | 30.89% | 31.97% | 17.09% |
| 10% | | 1955.00 | 15.44% | 29.64% | 8.55% |
| -10% | | 1431.92 | -15.44% | 24.96% | -8.58% |
| -20% | | 1170.37 | -30.89% | 22.61% | -17.18% |
| 0% | 0% | 1693.46 | 0.00% | 27.30% | 0.00% |
| | 20% | 1979.75 | 16.91% | 29.38% | 7.60% |
| | 10% | 1836.60 | 8.45% | 28.35% | 3.84% |
| | -10% | 1550.31 | -8.45% | 26.23% | -3.92% |
| | -20% | 1407.17 | -16.91% | 25.14% | -7.93% |

第七节 评价结论

.....

第十五章 项目风险及措施分析

第一节 政策风险及对策

第二节 市场风险及对策

.....

第三节 技术创新的风险及对策

.....

第十六章 项目结论与建议

第一节 结论

独资建设健康管理中心,如果外聘医务人员,则静态投资回收期 4.33 年,动态投资回收期 5.46 年,如果不外聘医务人员,使用现有在职的医务人员,投资回收期还将缩短近半年。说明本项目投资回收快,适合投资。同时,财务净现值远远大于 0,内部收益率 32.35%,远远大于当前折现率 12%,这些都说明该投资项目收益高,适合投资人投资,能使投资人获得较的回报。同时,在不确定分析中,能发现该项目风险小,这就保证了投资人的利益。通过种种指标发现,望海楼改造投资项目是一个高收益、低风险的投资项目,是投资者理想的一项投资。

.....

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 1118 室

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：山东省济南市历城区二环东路东环国际广场 A 座 20 层

联系电话：0531-61320360 0531-82861936 13678812883

天津分公司：天津市和平区南京路 235 号河川大厦 A 座 16 层

联系电话：022-87079220 022-58512376 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：上海市浦东区新区商城路 800 号斯米克大厦 606 室

联系电话：021-51860656 18818293683

西安分公司：西安市高新区科技五路北橡树星座 B 座 2602 室

联系电话：029-89574916 15114808752

广州分公司：广州市天河区林和西路 157 号保利中汇广场 A 座 9 层

联系电话：020-84593416 13527831869