



湖南某电商物流综合服务中心项目 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	1
第一节 项目概况.....	1
第二节 研究工作的依据、内容及范围	1
第三节 编制原则.....	1
第二章 项目建设背景及必要性分析	1
第一节 项目建设背景分析.....	1
第二节 项目建设必要性分析.....	4
第三章 项目市场分析.....	5
第一节 中国电子商务发展分析.....	5
第二节 中国农村电子商务发展分析.....	6
第三节 中国农村电商物流发展分析.....	7
第四节 江永农村电商物流发展分析.....	7
第四章 项目建设方案.....	8
第一节 项目定位及运营方案.....	8
第二节 项目建设内容.....	8
第三节 项目设备方案.....	8
第五章 项目选址及区位条件.....	8
第一节 项目建设地址.....	8
第二节 项目区位概况.....	8
第三节 项目地址选择合理性分析.....	8
第六章 项目总图布置方案.....	8
第一节 项目建设指导思想.....	8
第二节 项目建设规划和布局.....	8
第三节 项目土建工程设计.....	9
第七章 辅助公用工程及设施.....	9
第一节 给排水系统.....	9
第二节 电气系统.....	9
第八章 项目环境保护.....	9

第一节 设计依据.....	9
第二节 项目施工期环境影响分析及治理措施.....	9
第三节 项目营运期环境影响分析及治理措施.....	9
第四节 环境影响综合评价.....	9
第九章 能源节约方案设计.....	10
第一节 用能标准和节能规范.....	10
第二节 节能措施综述.....	10
第三节 其他节能措施.....	10
第四节 项目能源消耗量.....	10
第五节 项目节能分析.....	10
第十章 劳动、安全、卫生及消防.....	10
第一节 设计依据.....	10
第二节 安全教育.....	10
第三节 劳动安全制度.....	10
第四节 劳动保护.....	10
第五节 劳动安全与工业卫生.....	10
第六节 消防设施及方案.....	10
第十一章 企业组织机构和劳动定员.....	10
第一节 管理机构设置原则.....	10
第二节 管理机构组织机构图.....	10
第三节 劳动定员和人员培训.....	11
第十二章 项目实施进度及招标方案.....	11
第一节 基本要求.....	11
第二节 项目开发管理.....	11
第三节 项目招投标.....	11
第十三章 项目投资估算及资金筹措.....	12
第一节 投资估算.....	12
第二节 资金筹措.....	12
第十四章 经济效益分析.....	12
第一节 评价依据.....	12

第二节 经济效益测算.....	12
第三节 经济合理性分析.....	12
第四节 财务评价结论.....	13
第十五章 社会影响分析.....	13
第一节 社会影响效果分析.....	13
第二节 社会适应性分析.....	13
第三节 社会风险及对策分析.....	13
第十六章 结论与建议.....	13
第一节 结论.....	13
第二节 建议.....	13

第一章 项目总论

第一节 项目概况

项目名称：湖南某电商物流综合服务中心项目

.....

经济效益：项目建成运营后，年均销售收入为 2378.05 万元；毛利率为 56.54%，净利率为 42.41%；税前项目财务投资净现值为 5770.03 万元，税后项目财务投资净现值为 3709.41 万元；税前内部收益率为 27.80%，税后内部收益率为 21.08%；税前投资回收期为 3.54 年（不含建设期），税后投资回收期为 4.45 年（不含建设期）；年均投资净利率为 19.97%，年均投资利税率为 30.91%。税前后净现值 NPV 远大于零，说明该项目动态收益率超过了该行业应达到的最低收益水平。内部收益率 IRR 大于行业基准收益率 8%，说明该项目的动态收益是可行的。

.....

社会效益：项目的建设能够极大提升江永县农村的物流水平。项目定位是农村电商综合物流服务提供者，集冷链、配送、仓储为一体，能实现现代物流“村村通”，“高效率、低成本”地将货物送到农村的电子商务便民点。因此，项目的建设能够推动江永县电商物流的跨越式发展。同时，本项目属于国家大力鼓励发展的产业，通过本项目的实施，能够带动电子商务、生鲜农产品种植等相关产业的发展，在有效推动当地产业结构调整及优化的同时，也可大幅改善当地居民的收入状况，提高当地居民生活水平，增加区域利税收入，创造新的经济增长点。

第二节 研究工作的依据、内容及范围

第三节 编制原则

第二章 项目建设背景及必要性分析

第一节 项目建设背景分析

2016 年 1 月，中共中央、国务院联合印发的一号文件《关于落实发展新理念加快农业现代化、实现全面小康目标的若干意见》提出加强农产品流通设施和

市场建设。健全统一开放、布局合理、竞争有序的现代农产品市场体系，在搞活流通中促进农民增收。完善跨区域农产品冷链物流体系，开展冷链标准化示范，实施特色农产品产区预冷工程。支持农产品营销公共服务平台建设。开展降低农产品物流成本行动。促进农村电子商务加快发展，形成线上线下融合、农产品进城与农资和消费品下乡双向流通格局。加快实现行政村宽带全覆盖，创新电信普遍服务补偿机制，推进农村互联网提速降费。加强商贸流通、供销、邮政等系统物流服务网络和设施建设与衔接，加快完善县乡村物流体系。实施“快递下乡”工程。建立健全适应农村电商发展的农产品质量分级、采后处理、包装配送等标准体系。深入开展电子商务进农村综合示范。

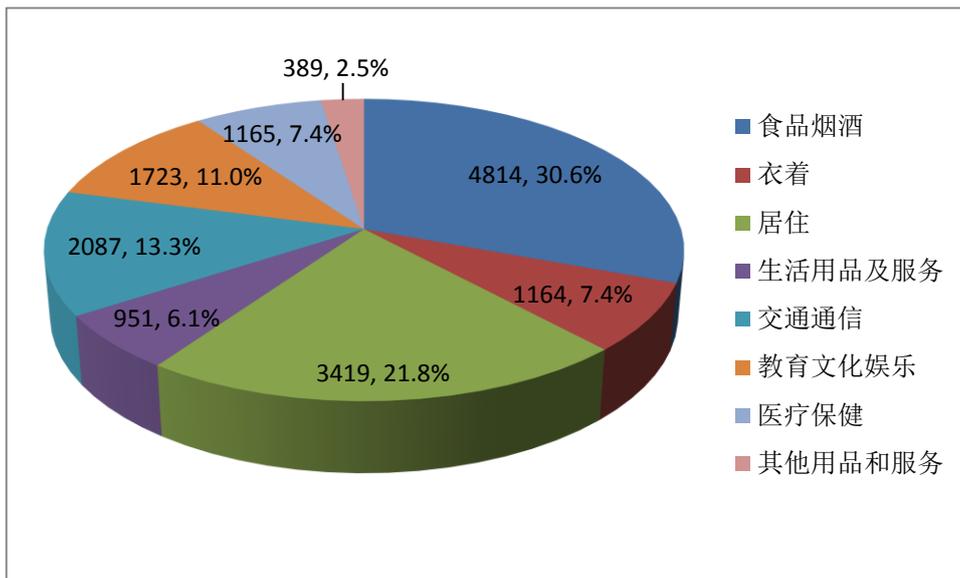
.....

2015年10月，国务院办公厅印发的《关于促进农村电子商务加快发展的指导》（国办发〔2015〕78号）提出到2020年，初步建成统一开放、竞争有序、诚信守法、安全可靠、绿色环保的农村电子商务市场体系。重点是积极培育农村电子商务市场主体，扩大电子商务在农业农村的应用，改善农村电子商务发展环境。重要政策措施之一是加快完善农村物流体系，加强交通运输、商贸流通、农业、供销、邮政等部门和单位及电商、快递企业对相关农村物流服务网络和设施的共享衔接，加快完善县乡村农村物流体系，鼓励多站合一、服务同网。鼓励传统农村商贸企业建设乡镇商贸中心和配送中心，发挥好邮政普遍服务的优势，发展第三方配送和共同配送，重点支持老少边穷地区物流设施建设，提高流通效率。加强农产品产地集配和冷链等设施建设。

.....

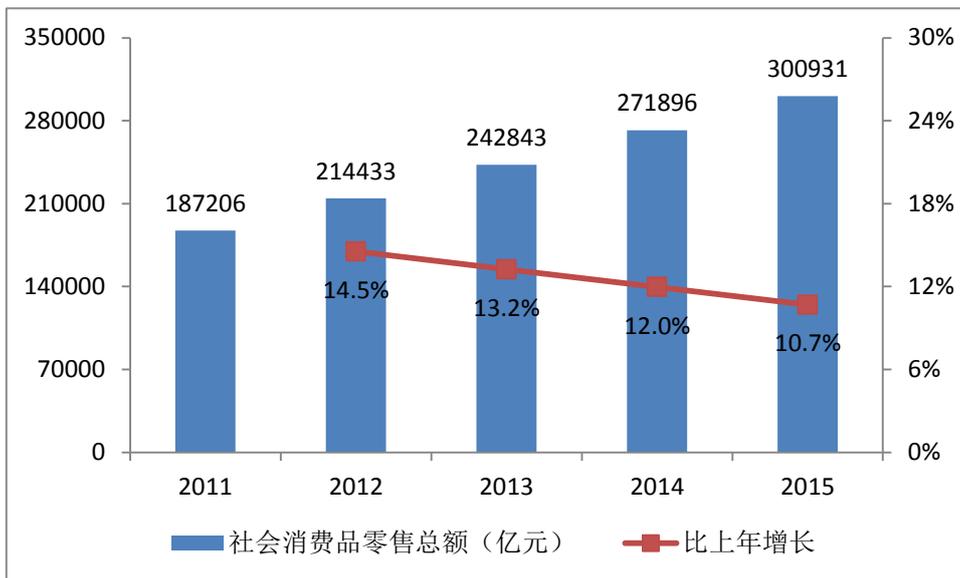
居民消费水平逐年提高：近几年，我国居民消费水平逐年提高。根据国家统计局数据，2015年我国居民人均消费支出15712元，比上年增长8.4%，扣除价格因素，实际增长6.9%。按常住地分，城镇居民人均消费支出21392元，增长7.1%，扣除价格因素，实际增长5.5%；农村居民人均消费支出9223元，增长10.0%，扣除价格因素，实际增长8.6%。

图表 1：2015 年中国居民人均消费支出及构成（元）



近几年，我国社会消费品零售额平稳增长。根据国家统计局数据，2015 年我国社会消费品零售总额 300931 亿元，比上年增长 10.7%，扣除价格因素，实际增长 10.6%。按经营地统计，城镇消费品零售额 258999 亿元，增长 10.5%；乡村消费品零售额 41932 亿元，增长 11.8%。

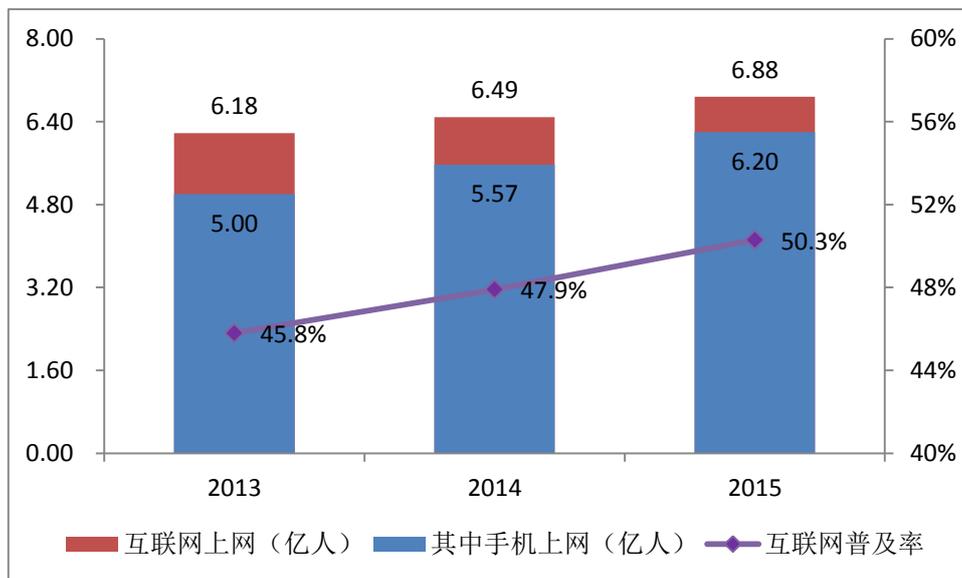
图表 2：2011-2015 年中国社会消费品零售总额及增速



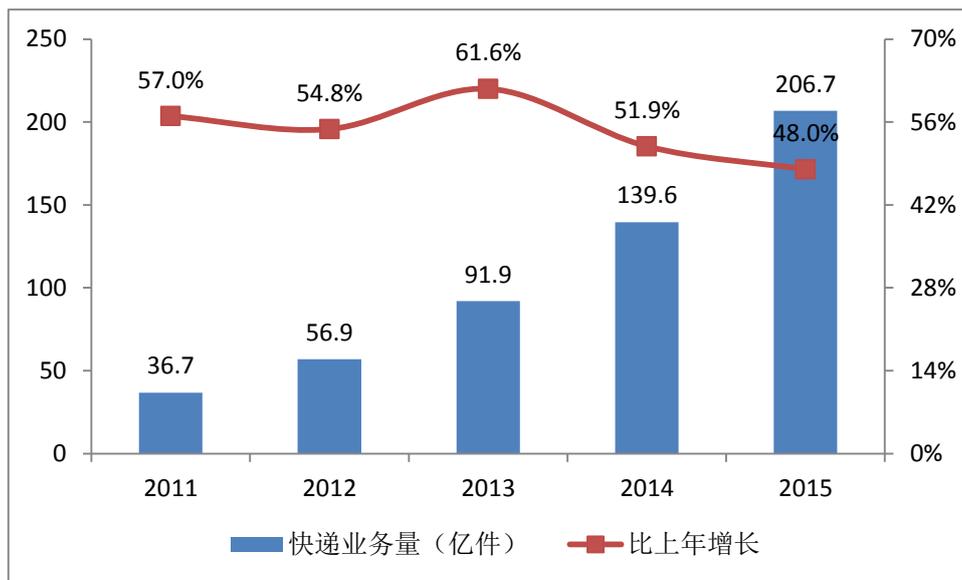
互联网普及率逐年上升，为电商物流奠定良好基础。近几年，我国互联网普及率逐年提高。根据国家统计局数据，2015 年互联网上网人数 6.88 亿人，增加 3951 万人，其中手机上网人数 6.20 亿人，增加 6303 万人，互联网普及率达到 50.3%。2015 年邮政业全年完成邮政函件业务 45.8 亿件，包裹业务 0.4 亿件；快递业务量达 206.7 亿件，比上年同期增长 48.0%，实现营业收入 2770 亿元。互联

网的普及能够助推电子商务的发展，电子商务的发展将带动电商物流的发展。

图表 3：2013-2015 年中国上网人数及互联网普及率



图表 4：2011-2015 年中国快递业务量及增速



第二节 项目建设必要性分析

项目建设是响应国家发展农村电子商务政策的需要。2016 年我国一号文件《关于落实发展新理念加快农业现代化、实现全面小康目标的若干意见》提出促进农村电子商务加快发展，形成农产品进城与农资和消费品下乡双向流通格局、加快完善县乡村物流体系、深入开展电子商务进农村综合示范。《国务院办公厅关于促进农村电子商务加快发展的指导》提出积极培育农村电子商务市场主体，加快完善农村物流体系，加快完善县乡村农村物流体系，加强农产品产地集配和

冷链等设施建设。《关于智慧物流配送体系建设实施方案》提出推动物流线上线下一体化结合，电子商务与物流协同发展，实现末端物流配送的专业化、统一化，构建基于互联网和移动互联网的末端物流配送体系。《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》提出大力发展农产品冷链基础设施，开展电子商务进农村综合示范，支持物流配送终端及智慧物流平台建设，鼓励采用清洁能源车辆开展物流（快递）配送业务。《“互联网+流通”行动计划》提出推动电子商务进农村，培育农村电商环境，支持农产品品牌建设和农村电子商务服务业发展，加快推动快递物流与电子商务协同发展，积极推进电子商务与物流快递协同发展。项目建设湖南江永电商物流综合服务中心，集配送、冷链、仓储为一体，完全响应国家促进农村电子商务的相关政策。

.....

项目建设是冲刺“最后一公里”电商物流难题的需要。最后一公里（Last kilometer），原意指完成长途跋涉的最后一段里程，被引申为完成一件事情的时候最后的而且是关键性的步骤，通常还说明此步骤充满困难且意义重大。随着农村逐渐进入互联网时代，农民对电商物流的要求也相应提高，尤其是有丰富电商资源的乡村，电商物流服务需求远远得不到满足，农村电商物流同样存在“最后一公里”难题，存在着种种障碍因素。江永县当前首要因素是简陋的物流基础设施，农村物流基础设施十分简陋，货运车辆匮乏，且运货车辆技术水平低，许多农用车、老爷车颇为常见，运输损耗大、效率低。高额的物流成本致使农村物流只能通过邮政配送，价格贵、速度慢，一般电商根本承受不了这高额成本，使得难以打通农村电商物流的“最后一公里”，许多电商企业的配送知道镇上，村里面的人到镇上去取。其次是农村较低的物流信息化水平，我国网络信息在飞速发展，但农村信息化程度仍较为落后，网络覆盖率较低，物流工作人员专业素质较低，不太重视网络信息。

.....

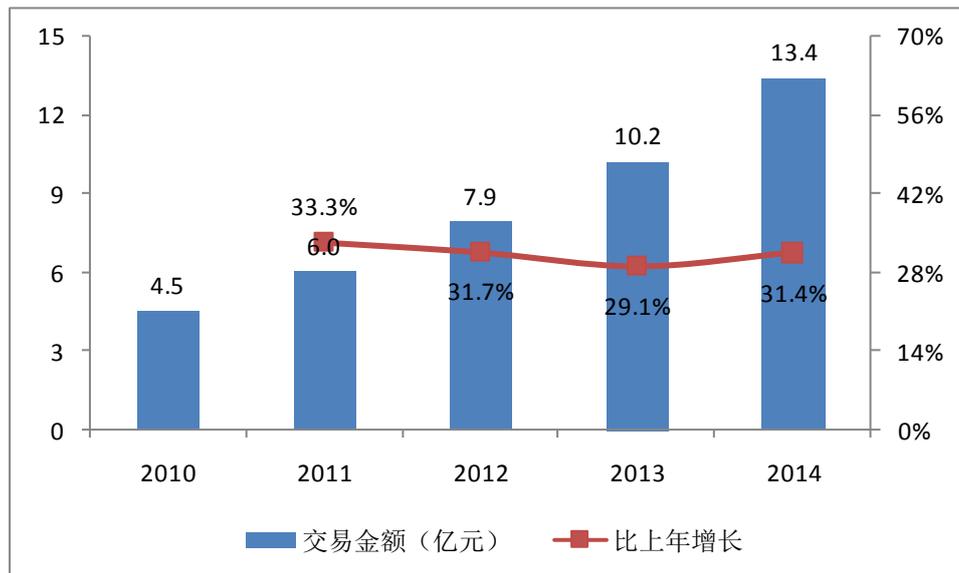
第三章 项目市场分析

第一节 中国电子商务发展分析

.....

近年来，我国电子商务市场平稳快速增长。据中国电子商务研究中心数据显示，2015 年上半年中国电子商务市场交易规模 7.63 万亿元，比 2014 年上半年增长 30.4%；其中 B2B 电子商务市场占比超七成，网络零售占比超两成，占到同期社会消费品零售总额的 11.4%，成为推动电子商务市场发展的重要力量。

图表 5：2010-2014 年中国电子商务市场交易规模



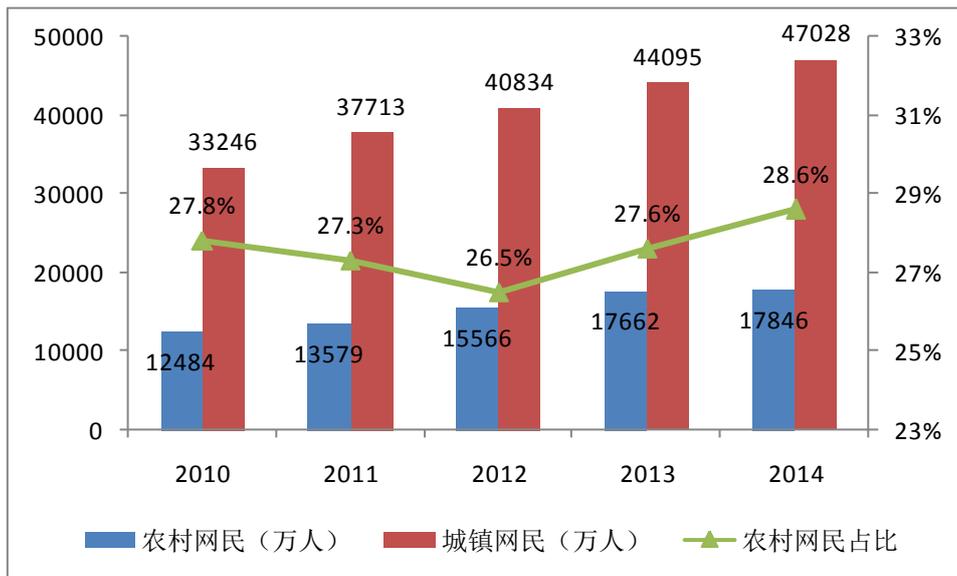
.....

第二节 中国农村电子商务发展分析

.....

互联网的迅速普及和农村网民数量的不断攀升增加了农村电商消费市场的潜力。中国互联网信息中心（CNNIC）数据显示，截至 2014 年 12 月，农村网民人数为 1.78 亿，较上年同比增加 188 万人；农村网民网络购物用户规模为 7714 万，年增长率高达 40.6%，是农村网民各互联网应用中网民规模增速最快的应用。城镇网民网络购物用户规模为 2.84 亿，增长 16.9%，远低于农村网民。农村网民网络购物使用率为 43.2%，使用率较去年增加了 12.1 个百分点。农村网络消费占比不断提升，2014 年农村网购市场达到 1800 亿，2016 年将突破 4600 亿，与城市网购规模之间的差距不断缩小。与此同时农资电商也处于蓬勃发展中。我国农资电商的市场潜力巨大，在政策推动下，一批农资电商平台顺势而生，如云农场、云公社、农一网、种地宝、村村通、易农商城等，加上新上线的淘宝农资频道和京东农资频道，农资网上市场正显示出强大的生命力。

图表 6：2010-2014 年中国城镇网民规模对比



无论是阿里巴巴的“千县万村”计划，还是京东商城的“京东帮”服务店或苏宁云商的苏宁易购服务站模式，都是逐步走向开放式的社会化经营的表现。在这个过程中，农村电商将给农民带来更多便利与更多创业机会，从而带动整体农村经济的发展。

图表 7：电商布局农村电子商务情况

企业	投资	体系	预计规模	优势	劣势
阿里巴巴	100 亿元	县有运营中心+村有服务站+农村物流的营运体系和服务体系	服务全国的 1 000 个县，100 000 个行政村	资本优势、技术优势	城乡对接
京东	10~12 亿美元	县级服务中心和“京东帮”服务店	1 千家县级服务中心，全国约 1 万家农村信息服务站，10 万家农村代理	资本优势	城乡对接
苏宁	100 亿元	区域物流中心+城市配送中心+乡镇服务站	12 个自动化分拣中心、60 个区域物流中心、300 多个城市配送中心、5 000 个社区配送站，10 000 个类似的乡镇服务站。	实体店优势、资本优势	城乡对接
供销社	预计 500 亿元	全国总社+省级社+县级社+基层社	1 400 个县级社，21 000 个基层社	实体店优势	体制制约

第三节 中国农村电商物流发展分析

第四节 江永农村电商物流发展分析

第四章 项目建设方案

第一节 项目定位及运营方案

第二节 项目建设内容

第三节 项目设备方案

第五章 项目选址及区位条件

第一节 项目建设地址

第二节 项目区位概况

第三节 项目地址选择合理性分析

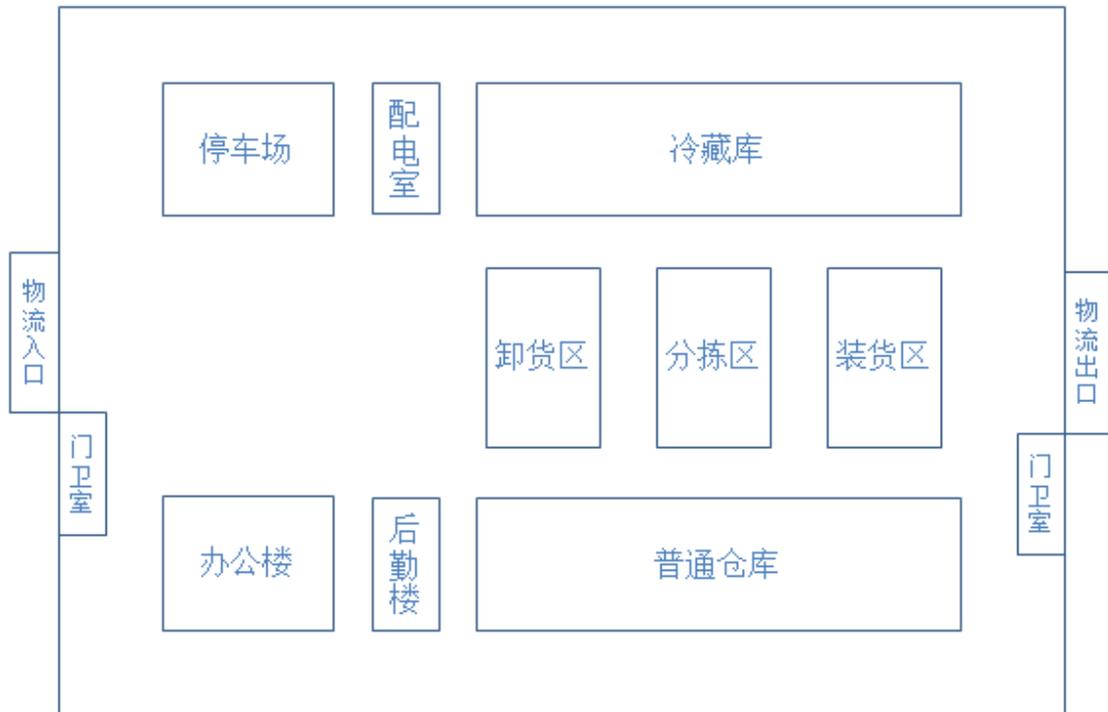
第六章 项目总图布置方案

第一节 项目建设指导思想

第二节 项目建设规划和布局

根据本项目行业特点和厂区各建（构）筑物的功能要求，结合厂区地形、气象条件等综合因素，因地制宜地布置本工程建（构）筑物，使厂区总图布置符合物流有序、经济合理、安全环保的要求，同时又满足合理紧凑、节省用地的原则，为员工创造一个良好的工作环境。为充分合理利用土地，本着物流顺畅，便于管理，形式美观的设计思路。为便于来往车辆的管理，厂区的两侧分别设置出口和入口；根据工艺流程要求，配电房等附属设施围绕耗电量大的冷藏库设置；因为电动货车需要充电，因此停车场也要设置在配电室附近；根据物流顺畅的要求，配送区在厂区入口与出口之间，并依次设置卸货区、分拣区、装货区；为方便货物进出仓库，冷藏库和普通仓库分别位列配送区的两侧。

图表 8：项目总平面布置示意图



第三节 项目土建工程设计

第七章 辅助公用工程及设施

第一节 给排水系统

第二节 电气系统

第八章 项目环境保护

第一节 设计依据

第二节 项目施工期环境影响分析及治理措施

第三节 项目营运期环境影响分析及治理措施

第四节 环境影响综合评价

第九章 能源节约方案设计

第一节 用能标准和节能规范

第二节 节能措施综述

第三节 其他节能措施

第四节 项目能源消耗量

第五节 项目节能分析

第十章 劳动、安全、卫生及消防

第一节 设计依据

第二节 安全教育

第三节 劳动安全制度

第四节 劳动保护

第五节 劳动安全与工业卫生

第六节 消防设施及方案

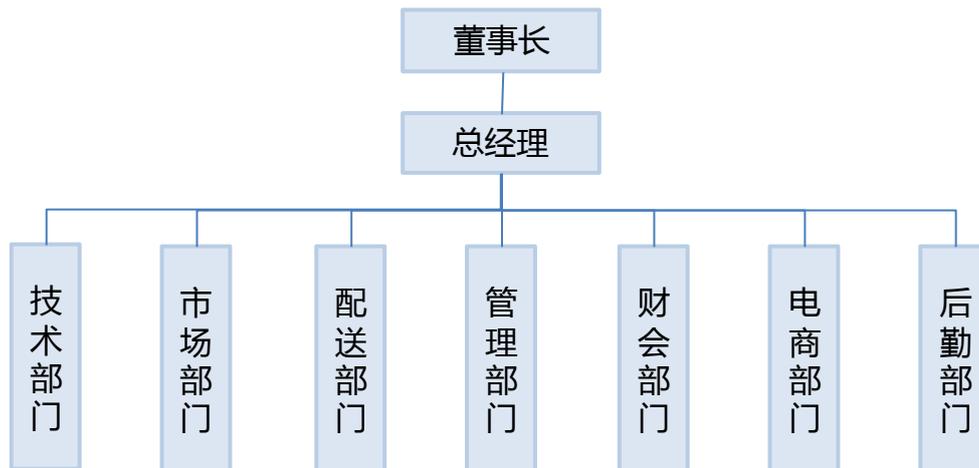
第十一章 企业组织机构和劳动定员

第一节 管理机构设置原则

第二节 管理机构组织机构图

企业建立规范的法人治理结构，形成权利机构、决策机构、执行机构、监督机构各司其责、分工合作、协调运转、有效制衡的机制。企业管理组织机构网络如下图所示：

图表 9：项目组织结构图



第三节 劳动定员和人员培训

项目预计劳动定员 35 人，各部门定员与主要职责见下表。

图表 10：项目劳动定员

序号	部门	定员（人）	备注
1	董事长	1	/
2	总经理	1	/
3	技术部门	4	主要负责运营管理平台的开发与维护
4	市场部门	3	主要负责业务的开拓与客户关系的维护
5	配送部门	12	主要负责县村之间的物流配送和仓储
6	管理部门	3	主要负责人力资源管理及部门间协调
7	财会部门	2	主要负责公司的财务管理与财务报表
8	电商部门	4	主要负责家电维修及自营进口水果
9	后勤部门	5	主要负责食堂、安保、卫生等
10	合计	35	/

第十二章 项目实施进度及招标方案

第一节 基本要求

第二节 项目开发管理

第三节 项目招投标

第十三章 项目投资估算及资金筹措

第一节 投资估算

项目总投资为 5050.00 万元，其中，固定资产投资 4896.85 万元，流动资金 153.16 万元。固定资产投资中，工程费用 3282.50 万元，工程建设其他费用 1272.01 万元，预备费用 342.34 万元。工程费用中，建筑工程费 1722.50 万元，设备购置费 1500.00 万元，安装工程费 60.00 万元。

图表 11：项目总投资估算表

序号	项目	合计（万元）	占总投资比例
1	固定资产投资	4896.85	97.0%
1.1	工程费用	3282.50	65.0%
1.1.1	建筑工程费	1722.50	34.1%
1.1.2	设备购置费	1500.00	29.7%
1.1.3	安装工程费	60.00	1.2%
1.2	工程建设其他费用	1272.01	25.2%
1.3	预备费用	342.34	6.8%
2	流动资金	153.16	3.0%
3	总计	5050.00	100.0%

第二节 资金筹措

第十四章 经济效益分析

第一节 评价依据

第二节 经济效益测算

第三节 经济合理性分析

敏感性分析：对可能影响项目效益的主要因素建设投资、经营成本和销售收入进行敏感性分析，由敏感性分析结果可以看出，销售收入对项目财务净现值影响最为敏感，其次是建设投资，最后是运营成本。因此，在项目运营中应不断加强配送效率与提升服务水平，加强家电维修和进口水果的推广力度，保持收入的

稳定，同时应注意控制建设投资，这样项目才能取得预期的经济效益。

图表 12：敏感性分析表

指标	波动幅度	税后财务内部收益率(%)	税后动态投资回收期(年)	税后财务净现值(万元)	敏感性系数
基本方案		21.08%	5.66	3709.41	
建设投资	5%	19.85%	5.98	3482.70	-1.17
	-5%	22.42%	5.34	3936.11	-1.27
经营成本	5%	20.42%	5.84	3514.91	-0.62
	-5%	21.74%	5.49	3903.91	-0.62
销售收入	5%	22.19%	5.37	4043.02	1.05
	-5%	19.96%	5.97	3375.79	1.06

第四节 财务评价结论

第十五章 社会影响分析

第一节 社会影响效果分析

第二节 社会适应性分析

第三节 社会风险及对策分析

第十六章 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 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 楼

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：上海市浦东区新区商城路 800 号斯米克大厦 6 楼

联系电话：021-51860656 18818293683

陕西分公司：西安市高新区科技五路北橡树星座 B 座 2602 室

联系电话：029-63365628 15114808752

广东分公司：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

重庆分公司：重庆市渝中区民权路 28 号英利国际金融中心 19 层

联系电话：023-89236085 18581383953