



## 河北某新型装饰材料 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](mailto: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

|                        |    |
|------------------------|----|
| 一、项目的背景和必要性 .....      | 1  |
| (一) 项目建设背景.....        | 1  |
| (二) 项目建设必要性.....       | 1  |
| (三) 项目建设意义.....        | 2  |
| (四) 项目建设政策依据.....      | 2  |
| 二、项目单位的基本情况和财务状况.....  | 3  |
| (一) 集团构成.....          | 3  |
| (二) 北京公司和廊坊基地概况.....   | 3  |
| (三) 企业股本结构及主要股东情况..... | 3  |
| (四) 项目主要人员.....        | 3  |
| (五) 项目基础设施建设情况.....    | 3  |
| (六) 公司无形资产信息.....      | 3  |
| (七) 战略合作伙伴.....        | 3  |
| (八) 企业大事记.....         | 4  |
| 三、项目市场分析 .....         | 4  |
| (一) 项目产品方案及先进性分析.....  | 4  |
| (二) 家装行业市场分析.....      | 5  |
| (三) 硅酸钙板行业市场概况.....    | 8  |
| (四) 市场竞争分析.....        | 8  |
| 四、项目的技术基础 .....        | 8  |
| (一) 项目技术水平及来源.....     | 8  |
| (二) 企业研发情况.....        | 8  |
| (三) 项目技术特点及先进性分析.....  | 8  |
| (四) 项目技术意义.....        | 9  |
| 五、项目建设方案 .....         | 9  |
| (一) 项目建设内容及建设规模.....   | 9  |
| (二) 项目技术工艺流程.....      | 10 |
| (三) 项目工艺流程技术特点.....    | 10 |
| (四) 项目设备方案.....        | 10 |
| (五) 项目建设地点.....        | 11 |
| 六、项目建设进度 .....         | 11 |
| (一) 项目进度安排.....        | 11 |
| (二) 项目进展情况.....        | 11 |
| (三) 项目建设期管理.....       | 12 |
| 七、项目建设条件落实情况 .....     | 12 |
| (一) 环境保护.....          | 12 |
| (二) 资源综合利用.....        | 12 |

|                     |    |
|---------------------|----|
| (三) 节能措施.....       | 12 |
| (四) 外部配套条件落实情况..... | 12 |
| 八、发展规划与运营策略 .....   | 12 |
| (一) 愿景及发展规划.....    | 12 |
| (二) 项目运营策略.....     | 12 |
| 九、资金筹措及投资估算 .....   | 13 |
| (一) 一期项目总投资测算.....  | 13 |
| (二) 后续投资计划.....     | 14 |
| 十、财务经济效益测算 .....    | 14 |
| (一) 测算依据.....       | 14 |
| (二) 营业收入测算.....     | 14 |
| (三) 利润测算.....       | 15 |
| (四) 财务指标评价.....     | 15 |
| (五) 社会效益.....       | 15 |
| 十一、项目风险分析及控制 .....  | 15 |
| (一) 技术风险.....       | 15 |
| (二) 市场竞争风险.....     | 16 |
| (三) 生产风险分析.....     | 16 |
| (四) 经营风险分析.....     | 16 |
| 十二、结束语 .....        | 16 |

## 一、项目的背景和必要性

### （一）项目建设背景

2016 年是“十三五”开局之年，是推进经济结构性改革的攻坚之年。摆脱“速度情结”的建筑装饰行业，也将在走过互联网初探期、资本板块成型期之后，步入以质取胜的专业化时代，并在智能家居、工业化、绿色装饰等领域进行更成熟的资源布局。目前，建筑装饰行业的发展趋势如下：

#### 1.工业装配化装修是建筑装饰行业发展的必然方向

工业化装修模式，是指根据标准化、批量化、精细化等现代工业生产的内涵，把装修装饰过程所涉及的部品部件，按照不同的体系加以分离，实现部品部件工厂化生产，并通过装修施工现场装配化组合，达到向市场提供成品功能房的一种装饰技术操作体系。

与传统设计与建造方式相比，由于是统一批量施工，工业化生产方式不仅摒除了现场装修施工的众多弊端，如噪声和环境污染，更能发挥规模化效益，节约能源和材料，尽可能降低成本，保证稳定的质量，在为业主带来物美价廉的装修产品的同时，也缩短了工期，让其能更快的入住装修好的新家。工业装配化装修更符合健康、安全和环保的要求，是推行绿色建筑的重要部分，是建筑装饰行业发展的必然方向。

.....

### （二）项目建设必要性

#### 1.项目建设是推动装饰行业“工业化”发展的需要

我国装饰行业属于粗放型的劳动密集型行业，行业科技含量偏低，产业结构不合理，产品同质化严重，企业间竞争激烈，竞争层次低，企业产能落后。行业要彻底告别传统那种落后生产模式，就必须改变生产方式，注入新的发展因素，实现集约式发展，因此必须建立以科技为先导，以设计和部品部件工厂化生产为支撑的工业化发展模式，通过工业化装饰模式导入过程，能有效的促进装饰行业的现代化发展。

项目单位全球首创“精装工业一体化”的概念，将精装行业的设计、制造、安装、维护升级等环节有机统一，形成业务链条，同时将精装所需的构件、基材全部在工厂制造，在现场进行安装。项目的建设运营，将在传统装饰行业起到示范、引领作用，推动装饰行业向“工业化”方向发展，实现装饰行业的结构升级。

.....

### (三) 项目建设意义

#### 1. 打造家装行业的全产业平台，提供一站式的装修服务

项目致力于打造家装行业的全产业平台，成为城市生活的服务商。优居优住立足北京，放眼全国。“北京模式”成功后，将全面复制铺开，在全国建立多个生产基地，成为家装产品的代工企业。产品平台将对材料供应、供应链、数据流量、生产、仓储、运送安装、资金支持等方面提供全面的共享和支持。

优居优住全球首创“互联网+产品”的家装模式，不同于市场上仅仅将互联网作为信息中介平台或者销售平台，优居优住的家装平台重视垂直家装公司和设计师工作室领域，后期还将推出一系列的家居产品，能够为客户提供一站式的装修服务。

.....

### (四) 项目建设政策依据

图表 1：项目的政策依据

| 发布时间                   | 发布部门  | 政策名称                  | 政策内容  |
|------------------------|-------|-----------------------|---|
| <b>一、建筑节能、绿色建材相关政策</b> |       |                       |   |
| 2005 年 5 月             | 建设部   | 关于发展节能省地型住宅和公用建筑的指导意见 | 到 2020 年，我国住宅和公共建筑建造和使用的能源资源消耗水平要接近或达到现阶段中等发达国家的水平。 |
| 2008 年 4 月             | 全国人大  | 中华人民共和国节约能源法          | 对工业节能、建筑节能等节能工作的领导、部署、协调、监督、检查、推动等进行了明确规定。          |
| .....                  | ..... | .....                 | .....   |

## 二、项目单位的基本情况和财务状况

- (一) 集团构成
- (二) 北京公司和廊坊基地概况
- (三) 企业股本结构及主要股东情况
- (四) 项目主要人员
- (五) 项目基础设施建设情况
- (六) 公司无形资产信息
- (七) 战略合作伙伴

本公司与多家原料供应商均建立了长期战略合作伙伴关系。

### 1. 硅酸钙板（基材）——金福板业

佛山市金福板业有限公司位于佛山市风景秀丽的西樵山畔，专业生产与经营硅酸钙板，是国内较早倡导与推广绿色环保建材的企业之一。经过多年的精心经营，金福板业已成为国内专业生产硅酸钙板的龙头企业，行业中的佼佼者，旗下有佛山市南海区汇洲装饰建材有限公司、佛山市欧朗板业有限公司、开平市保康建材实业有限公司。欧朗、金福品牌已成为国内具有较高知名度的硅酸钙板品牌。金福产品一直保持国内较高的市场占有率，得到国内大多数建筑设计院、工程公司、商家及广大用户的认同与推崇。使用金福系列产品的重点工程遍布全国，并远销至港澳台、东南亚、中东、北美、非洲、大洋洲等世界各地。金福板业以优良的产品品质和专业的服务赢得海内外客户的赞许！金福板业通过 ISO9001:2000 质量体系认证，产品经国家固定灭火系统耐火构件质量监督检验中心检测表时防火性能达到不燃 A 级，金福系列产品还通过了国家水泥混凝土制品质量监督检验中心测试与检测，产品质量、性能指标完全符合国家行业标准与要求，是 2008 北京奥运国家体育场（鸟巢）指定供应商。金福产品具有防火、耐火、保温、防潮、防霉、隔声、安装便捷、不易变形等优良性能，是目前新型的建筑

装饰材料，目前该产品主要使用室内隔墙、天花吊顶；而随着产品生产技术的不断发展，该类产品的使用范围也在不断扩大，除可使用于工业通风管道、船舶防火门等，还可使用于普通家居内，是一种优质的建筑装饰板材。

.....

## （八）企业大事记

# 三、项目市场分析

## （一）项目产品方案及先进性分析

### 1.提供产品或服务

本项目提供家装、工装一体化产品，从产品，到设计、到交付、到服务的一站式整体装修服务。

#### （1）有形产品

本项目产品有硅酸钙墙板、硅酸钙顶板、硅酸钙地板和硅酸钙板家具（如橱柜、衣柜）等基于硅酸钙为基板的各式绿色建材。以硅酸钙板为基材，经转印、热压或吸塑可实现真实石材、实木、木塑复合（高端汽车内饰）等效果。

公司目前可年产 2000 套（100 平米/套）装饰用建材，约 80 万平米。

.....

### 2.质量标准

精装工厂一体化行业目前没有统一的国家和行业内标准，项目公司正在与中国建筑标准设计研究院合作制定相关标准。在标准出台前，参照《室内装饰工程质量规范》（QB1838-93）

### 3.产品的优越性

图表 2：优居优住与传统装修模式对比表

| 项目   | 传统装修模式            | 优居优住模式            |
|------|-------------------|-------------------|
| 家装工期 | 3-6 个月            | 12 天              |
| 工艺方式 | 施工水平参差不齐，现场制作，湿作业 | 精工制造，工厂化生产，现场极少手工 |

多，质量无保证，噪音扰民，产生大量二次建筑垃圾 作业，标准安装，质量统一有保证，无噪音无垃圾。

## 4.样板间效果图

### (二) 家装行业市场分析

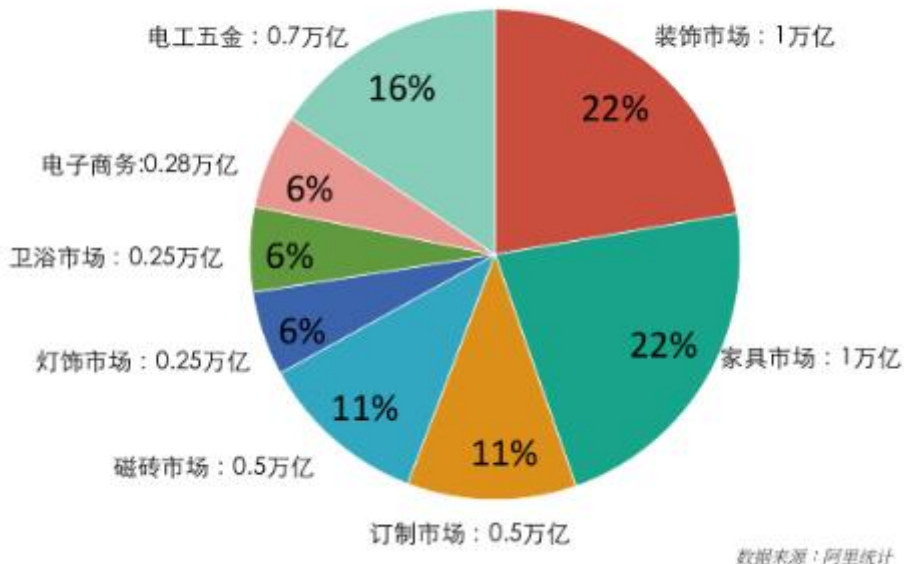
#### 1.中国家装市场概况

##### (1) 市场总量

据阿里统计，2015 年家装行业市场的总量约有 4.48 万亿元，传统市场占有 4.2 万亿，其中装饰市场 1 万亿、家具市场 1 万亿、定制市场 5000 亿、瓷砖地板 5000 亿、灯饰照明 2500 亿、卫浴市场 2500 亿、电工五金 7000 亿，电子商务市场 2800 亿，其中阿里 2400 亿、齐家网 210 亿、京东 34 亿。目前电商只有传统市场的 6%，占比较小，但发展潜力巨大。

图表 3：2015 年中国家装市场结构

#### 2015年中国家装市场规模约：4.48万亿



#### 2.互联网家装市场分析



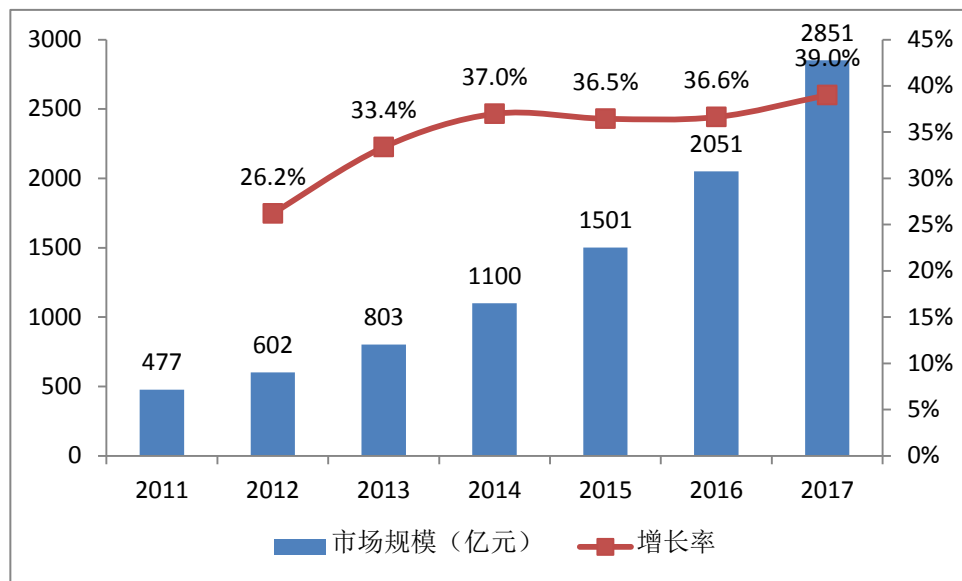
中国电子商务研究中心数据显示，2014 年，中国网络零售市场交易规模达 28211 亿元，同比增长 49.7%。2014 年，中国网络零售市场交易规模占到社会消费品零售总额的 10.6%，2013 年达到 8.0%，同比增长 32.5%。整个网上零售市场增速逐渐放缓，但依然保持较高的增长速度。支撑网上零售继续较快发展的动力来自于网购普及率的提升及移动网购的快速发展。截至到 2014 年 12 月，中国网购消费者总数达到 3.8 亿人，网购普及率达到 55.7%，较 2013 年末有进一步的增长；同时手机网购人数约 2.36 亿人，普及率达到 42.4%，较 2013 年末增长 63.5%。网购普及率的提高，一方面得益于互联网及电子商务对人民日常生活的渗透，另一方面也得益于传统企业的积极触网。物流、支付等支撑服务的提升也使网上零售变得更为便利，推动了网购普及率的提升。

随着网民数量的不断增加以及网购普及率的提高，家装消费者的行为也随之发生了改变，与几年前不同，现在的消费者装修大多会从上网开始，而家装相关的网络资讯或专业电商服务对消费者产生了较强的前置性导购效应，对后续家装的消费决策产生重要影响。而互联网在消除行业信息不对称、去中介化等方面有着独特的优势，使得家装电商化成为必然的趋势。

## （1）市场规模

在经历了长达 9 年的探索期后，中国互联网家装市场规模从 2012 年开始加速增长，2014 年市场规模达到 1100 亿元人民币，同比增长 37.0%，预计到 2017 年时将继续保持较高的增长速度。

图表 4：2015-2017 年中国互联网家装市场规模预测



.....

### 3.绿色装饰市场分析

### 4.行业市场空间分析

#### (1) 住宅装饰装修市场空间

随着居民收入持续增长，人们更加注重提高生活质量，在追求舒适、优美和个性化的消费方式驱动下，在家庭设计创意、智能化、现代化等方面提出了新的要求，家庭装饰装修将成为新的消费热点。

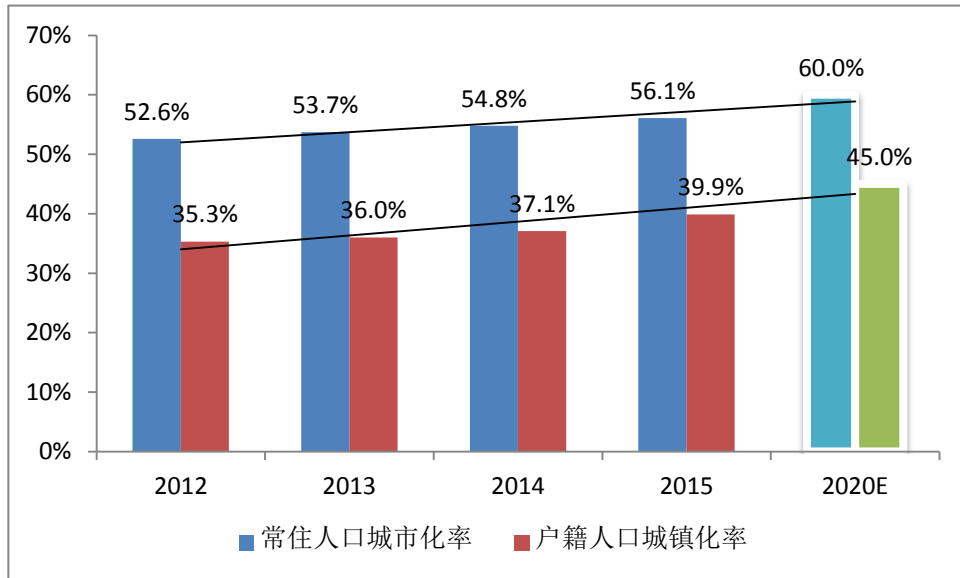
##### ①新型城镇化的发展带来巨大的增量需求

我国建筑装饰行业经过近 30 年的快速发展，市场规模已近 5 万亿元，从设计标准、工程规模到资金投入、新技术和新材料的应用等都得到了前所未有的发展。同时，新型城镇化的发展也为建筑装饰行业带来巨大的增量需求。

目前我国常住人口城镇化率为 56.1%，户籍人口城镇化率只有 39.9%左右，不仅远低于发达国家 80%的平均水平，也低于人均收入与我国相近的发展中国家 60%的平均水平，还有较大的发展空间。《国家新型城镇化规划（2014-2020 年）》提出，到 2020 年，常住人口城镇化率达到 60%左右，户籍人口城镇化率达到 45%左右，户籍人口城镇化率与常住人口城镇化率差距缩小 2 个百分点左右，努力实现 1 亿左右农业转移人口和其他常住人口在城镇落户。

城镇化作为新时期的国家战略，是扩大内需的长期动力和推动经济发展的强大引擎。新型城镇化是以人为核心的城镇化，更加强调人居环境的改善，在社会保障、生活方式等方面实现由“乡”到“城”的转变，相配套的生活、交通、商业等基础设施和空间建设需求广阔，必将为建筑装饰行业带来巨大的活力。

图表 5：2012-2015 年我国常住人口及户籍人口城市化率



.....

### （三）硅酸钙板行业市场概况

### （四）市场竞争分析

## 四、项目的技术基础

### （一）项目技术水平及来源

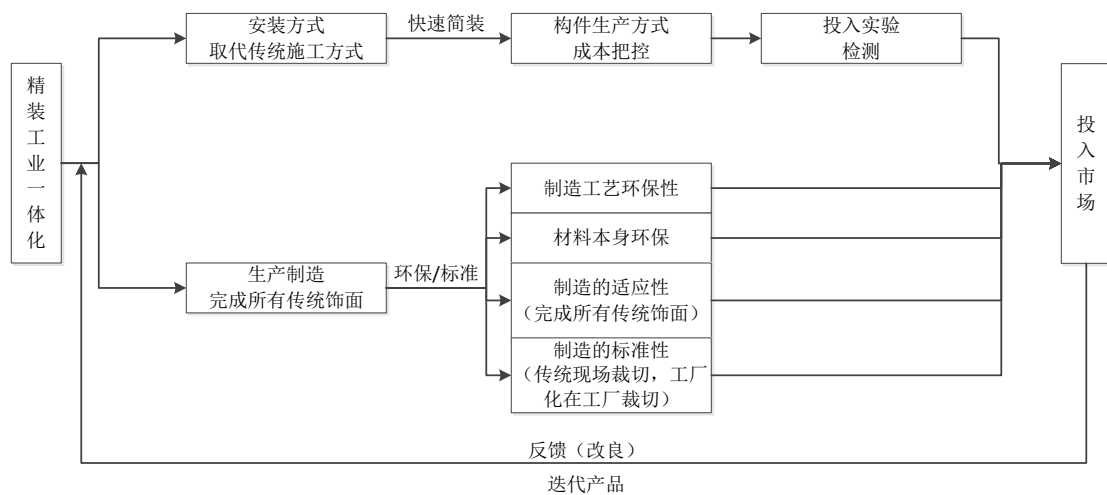
本项目生产的绿色家装、工装产品，为项目单位历时近 10 年时间研发成果，本项目单位拥有自主知识产权。

### （二）企业研发情况

### （三）项目技术特点及先进性分析

## 1.技术路线图

图表 6：技术路线图



## 2.材料性能

## 3.技术先进性分析

### (四) 项目技术意义

“精装工厂一体化”工艺的精髓：

①装修质量只依赖前期精准设计、工厂化制造的质量管理和系统化的现场项目管理；不靠现场工人的手艺和责任心；

②装修成本和工期也是前期系统规划和整体设计出来的，不依赖施工现场的项目管理和施工管理。

本项目对于促进我国住宅装修产业化进步，有着重大的推动作用。

## 五、项目建设方案

### (一) 项目建设内容及建设规模

本项目租用廊坊多元数码技术有限公司生产车间、办公楼及职工公寓等用房，总建筑面积 30925.92 平方米。详见下表指标：

图表 7：项目建筑内容

| 建筑名称 | 数量 | 建筑面积 (m <sup>2</sup> ) | 层数 | 层高 (m) | 建筑物基底占地面积 (m <sup>2</sup> ) | 耐火等级 | 结构  | 备注      |
|------|----|------------------------|----|--------|-----------------------------|------|-----|---------|
| 生产车间 | 2  | 21593.18               | 1  | 11     | 21593.18                    | 二级   | 钢结构 | 其中一个车间中 |

1782 平方米为样板间

|      |   |          |   |    |          |    |     |
|------|---|----------|---|----|----------|----|-----|
| 办公楼  | 1 | 4666.27  | 3 | 11 | 1555.42  | 二级 | 钢结构 |
| 职工公寓 | 1 | 4666.47  | 3 | 11 | 1555.49  | 二级 | 钢结构 |
| 合计   |   | 30925.92 |   |    | 24704.09 |    |     |

## (二) 项目技术工艺流程

### 1. 精装工业一体化的工艺流程

图表 8：精装工业一体化工艺流程图

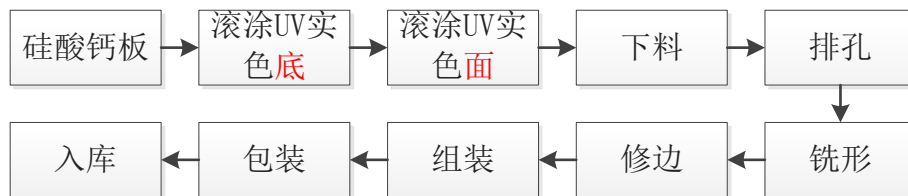


### 2. 产品加工工艺

主要产品的生产工艺流程如下：

#### (1) 硅酸钙板+实色 UV 工艺流程

图表 9：硅酸钙板+实色 UV 工艺流程图



.....

### 3. 现场安装工艺

#### (三) 项目工艺流程技术特点

#### (四) 项目设备方案

整个工艺流程决定了生产设备类别，项目分期建设，根据产能提升情况分期购置生产线。一期项目主要的生产设备有全自动 UV 底漆涂装生产线、全自动 UV 面漆涂装生产线、PUR 平贴机、PUR 包覆机、PVC 吸塑机等等，具体见下表。

## 1.项目一期设备明细

图表 10：项目一期设备清单

| 序号  | 设备           | 数量<br>(台) | 编号                | 成交价<br>(万元) | 购入时间    | 备注       |
|-----|--------------|-----------|-------------------|-------------|---------|----------|
| 1   | 空压机（包含管路）    | 1         | MHZJ-SC-001       | 17          | 2015.8  |          |
| 2   | 中央除尘器        | 1         | MHZJ-SC-002<br>DZ | 162         | 2015.8  | 硅酸钙板专用定制 |
| 3   | 地轨（滚筒）生产线    | 1         | MHZJ-SC-003<br>DZ | 180         | 2015.11 | 硅酸钙板专用定制 |
| 4   | 全自动UV底漆涂装生产线 | 36        | MHZJ-SC-004<br>DZ | 668.1       | 2015.6  | 硅酸钙板专用定制 |
| ... | .....        | .....     | .....             | .....       | .....   | .....    |

## 2.重点设备论证

## 3.生产线布置图

### （五）项目建设地点

## 六、项目建设进度

### （一）项目进度安排

本项目建设期为 12 个月，自 2015 年 5 月-2016 年 5 月。

图表 11：项目阶段目标和时间节点安排一览表

| 序号 | 实施进度                  | 实施内容                 |
|----|-----------------------|----------------------|
| 1  | 2015 年 5 月—2015 年 8 月 | 厂房租赁、项目前期报批工作、厂房装修工程 |
| 2  | 2015 年 6 月—2016 年 1 月 | 生产设备选型与订购            |
| 3  | 2016 年 2 月-2016 年 5 月 | 生产设备的安装与调试           |
| 4  | 2016 年 3 月-2016 年 6 月 | 人员培训、试生产             |
| 5  | 2016 年 4 月-2016 年 6 月 | 样板间制作                |
| 6  | 2016 年 4 月-2016 年 6 月 | 工厂试验、产品送检            |
| 7  | 2017 年 5 月            | 项目验收                 |
| 8  | 2016 年 7 月            | 开始批量生产               |

### （二）项目进展情况

### (三) 项目建设期管理

## 七、项目建设条件落实情况

### (一) 环境保护

### (二) 资源综合利用

### (三) 节能措施

### (四) 外部配套条件落实情况

## 八、发展规划与运营策略

### (一) 愿景及发展规划

#### 1.发展愿景

#### 2.总体发展规划

建立一站式整体装修模式，从产品，到设计、到交付、到服务、到报价，实行一口报价，一站式解决全部家装需求；

建立全产业链生态体系，从国家化设计到实景工厂化生产，到物流、安装、服务一体，到产品升级与用户改善型需求；

.....

#### 3.业务发展规划

#### 4.服务体系发展规划

以客户全过程体验，从售前——售中——售后构架全新的服务蓝图。

### (二) 项目运营策略

#### 1.运营主体

## 2.项目组织架构

见本报告二（二）北京公司和廊坊基地概况。

## 3.人力资源发展规划

## 4.计划与控制

## 5.产品生产

## 6.市场拓展以及销售渠道

### （1）销售区域

公司首先在中华地区的华北（北京）、华东（上海）、华南（广州）、华西（重庆）、华中（武汉）建立五大分区，在上述区域开展销售，用3年的时间在中华地区全面铺开。预计成立后第5年开始与国外战略投资者合作，在亚洲、欧洲、美洲、非洲建立单独的集团公司，将筑家产品销售至全球范围。

### （2）销售模式

#### 模式一：采用打包销售、大客户渠道等模式

与全国最大的房地产开发商洽谈合作协议。

#### 模式二：直销+网络销售渠道等模式

针对个人用户，覆盖所在城市的O2O实景体验馆，全实景+3d体验。互联网营销模式完成颠覆行业的集客模式，开放性家装电子商务平台迎合并引领移动互联网时代的客户消费习惯，通过服务的过程提高销售和转介绍的频率。

## 7.财务管理体系

## 九、资金筹措及投资估算

### （一）一期项目总投资测算

根据测算，本项目总投资金额为15,581.70万元，其中，建筑工程费2,502.20万元，占比16.06%；设备购置投入资金4,134.90万元，占比26.54%；工程建设



其他费用 4,188.00 万元, 占比 26.88%; 流动资金投入 4,250.15 万元, 占比 27.28%。

图表 12: 项目总投资测算一览表

单位: 万元

| 序号      | 项目       | 合计        | 占总投资比例 |
|---------|----------|-----------|--------|
| 1       | 固定资产投资   | 11,331.56 | 72.72  |
| 1.1     | 建设投资     | 11,331.56 | 72.72  |
| 1.1.1   | 工程费用     | 6,637.10  | 42.60  |
| 1.1.1.1 | 建筑工程费    | 2,502.20  | 16.06  |
| 1.1.1.2 | 设备购置费    | 4,134.90  | 26.54  |
| 1.1.1.3 | 安装工程费    | -         | 0.00   |
| 1.1.2   | 工程建设其他费用 | 4,188.00  | 26.88  |
| 1.1.3   | 预备费用     | 506.46    | 3.25   |
| 1.1.3.1 | 基本预备费用   | 506.46    | 3.25   |
| 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   | 4,250.15  | 27.28  |
| 3       | 总计       | 15,581.70 | 100.00 |

## (二) 后续投资计划

# 十、财务经济效益测算

## (一) 测算依据

## (二) 营业收入测算

### 1、主营业务收入

本项目建成后, 将形成良性的资金链循环。2016-2019 年的收入预估分别为 43,675.22 万元、1,023,684.21 万元、3,144,674.22 万元、10,014,685.29 万元。

正常年份收入、税金及附加情况如下表:

图表 13: 项目营业收入测算一览表

单位: 万元

| 序号  | 项目   | 合计            | 运营期       |              |              |               |
|-----|------|---------------|-----------|--------------|--------------|---------------|
|     |      |               | 2016      | 2017         | 2018         | 2019          |
| 1   | 营业收入 | 14,226,718.94 | 43,675.22 | 1,023,684.21 | 3,144,674.22 | 10,014,685.29 |
| 1.1 | 工装   | 8,642,352.42  | 26,205.13 | 714,531.58   | 1,892,804.53 | 6,008,811.18  |
| 1.2 | 家装   | 5,584,366.53  | 17,470.09 | 309,152.63   | 1,251,869.69 | 4,005,874.12  |

|   |             |            |          |           |            |            |
|---|-------------|------------|----------|-----------|------------|------------|
| 2 | 销售税金<br>及附加 | 794,589.59 | 2,575.53 | 57,684.61 | 173,507.08 | 560,822.38 |
|---|-------------|------------|----------|-----------|------------|------------|

### （三）利润测算

### （四）财务指标评价

#### 1.投资回收期

投资回收期=累计净现金流量出现正值年数-1+上年累计净现金流量绝对值/当年净现金流量

本项目的税前静态投资回收期为 3.25 年，税后静态投资回收期为 3.43 年。

.....

### （五）社会效益

该项目的顺利实施不仅可以给我公司带来经济效益，同时，也能产生巨大的社会效益：

1.目前，我国建筑活动所造成的污染约占全部污染的三分之一，建筑垃圾每年高达数亿吨，每天生成的生活污水达 580 万立方米，建筑能耗所占全社会终端能耗的比率已从 1978 年的 10%，发展到当前的 27.5%。特别是综合建材生产和建造过程，建筑业相关能耗比例超过 40%。除此之外，建筑活动造成的噪音、灰尘和光污染等也会直接危害人的身心健康。

本项目的建设实施，对于发展绿色建筑，倡导节能减排，降低建筑能耗与温室气体排放，对我国实现 2020 年单位 GDP 二氧化碳排放下降 40-45% 的目标有着至关重要的意义。

.....

## 十一、项目风险分析及控制

### （一）技术风险

本项目的技术开发风险主要在于生产线的调试，需要做大量的工作，时间周期也会较长，特别是在试生产过程中，投入较大，存在一定的风险。

公司在项目开始时，就对设备选型进行了充分的论证，选择国际和国内领先的成套设备供应商为本项目提供成套生产线，并与设备供方一起研制适合本项目产品的设备。因此本项目的技术风险不大，我公司有能力使其趋于完善。

## （二）市场竞争风险

## （三）生产风险分析

## （四）经营风险分析

## 十二、结束语

## 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