



某公司中央厨房项目投资决策案例

编制单位：北京尚普华泰咨询有限公司

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 11 层

网址：<https://www.sunpul.cn>

第一章 项目概况

第一节 项目基本情况

一、项目名称

某公司智慧中央厨房项目

二、建设地点

山东省淄博市***

三、项目性质

新建

四、项目单位

五、项目建设内容及规模

项目将分为三期建设，一期占地面积***亩，二期占地***亩，三期根据一、二期情况待定。若无特殊说明，本报告所研究分析的内容均围绕一期项目展开。

项目占地面积约***m²，总建筑面积约***m²，将建设生产车间、生产配套设施、办公楼、食堂、澡堂等建筑，容积率***。

其中生产车间建筑面积为***m²，分为肉制品车间、面食车间、分割车间和其他配套间，.....。

图表 1：项目建设规模指标表

序号	项目	占地面积 (m ²)	层数	建筑面积 (m ²)	备注
一	总用地面积				
	建筑占地面积				
	建筑面积				
	建筑密度				
	容积率				
二	生产车间				
1	肉制品车间				
1.1	高温酱肉区				
1.2	低温食品区				
2	面食车间				
3	分割车间				

序号	项目	占地面积 (m ²)	层数	建筑面积 (m ²)	备注
4	回收清洗区				
5	消毒区				
6	洁净区				
7	收货区				
8	发货区				
9	辅料库				
10	配料间				
11	冷冻库				
三	配套设施				
1	变配电室(站)				
2	设备维修间				
3	办公楼、食堂、澡堂				
4	化验室				
5	门卫室				

六、项目建设周期

一二三期项目整体周期约***个月,包含前期筹备和一二三期工程建设。.....。

七、项目总投资与资金筹措

经测算,项目总投资***万元,其中建设投资***万元,流动资金***万元。

图表 2: 项目总投资估算表

序号	项目	合计	占总投资比例
1	固定资产投资		
1.1	建设投资		
1.1.1	工程费用		
1.1.1.1	建筑工程费		
1.1.1.2	设备购置费		
1.1.1.3	安装工程费		
1.1.2	工程建设其他费用		
1.1.3	预备费用		
1.2	建设期利息		
2	流动资金		
3	总计		

八、项目经济效益

经测算,一期项目年均实现营业收入***万元,净利润***万元,海天公司年均可分配利润为***万元,预计***年可收回投资。

从财务指标可以看出,项目各项财务指标处于合理状态,项目盈利能力良好。

计算期内各年经营活动现金流入均大于现金流出；从经营活动、投资活动、筹资活动全部净现金流量看，营运期各年现金流入均大于现金流出，累计盈余资金逐年增加，项目具备财务生存能力。

第二节 编制依据及原则

一、编制依据

- 1、国家发改委关于项目可行性研究报告内容和深度规定要求
- 2、《建设项目经济评价方法与参数》（第三版）
- 3、《投资项目可行性研究指南》（中国电力出版社）
- 4、《产业结构调整指导目录（2019年本）》
- 5、《“十四五”国内贸易发展规划》
- 6、《“十四五”冷链物流发展规划》
- 7、《关于印发“十四五”推进农业农村现代化规划的通知》
- 8、《关于进一步做好供应链创新与应用试点工作的通知》
- 9、《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》
- 10、《关于全国乡村产业发展规划（2020-2025年）的通知》
- 11、《山东省人民政府办公厅关于加快食品产业高质量发展若干措施的通知》
- 12、.....
- N、项目承建单位提供的资料数据和关联单位资料

二、编制原则

1、落实习近平新时代中国特色社会主义思想，遵循可持续发展原则。保护第一、永续利用，实现社会发展、经济建设和生态建设的协调，促进区域经济健康快速发展。

2、遵循国家项目建设的有关法律、法规要求，坚持因地制宜、经济适用的原则，合理确定建设规模和建设内容。

3、合理用地，节约用地。

4、充分利用现有设施及建设条件，确保投资的有效性和实用性，努力提升项目质量等级。

5、重视优化设计方案工作，通过设计方案的论证来提高设计水平和降低工

程投资额。

第二章 项目单位概况

第一节 公司简介

一、基本信息

公司名称：***

法人：***

企业类型：***

统一社会信用代码：***

注册资本：***

成立日期：***

经营范围：***

二、母公司概况

第二节 公司发展情况

一、产业布局

二、近年经营情况

.....

为提高经营发展质量，推动公司转型发展，经公司研究，拟开展中央厨房业务项目的建设。

第三节 公司竞争力分析

一、多年积累的品牌优势

二、食品加工方面具备专业化团队和雄厚的经验

三、稳定的客户基础

第四节 公司发展规划

一、整体规划

二、近期规划

- 1、产品规划
- 2、市场规划
- 3、物流规划

三、远期规划

- 1、产品规划
- 2、市场规划

随着公司一期项目逐渐展开，业绩和经验的积累不断加深，公司远期市场将紧随政策，逐渐扩展服务领域，未来市场规划主要按照以下几类进行布局：

(1) 航空餐、铁路餐

随着航空业和高铁的发展，航空和高铁供餐已向现代化供餐模式转变，项目公司的中央厨房可依托自身规模化、专业化的优势，为航空和高铁提供预制菜品保障。

产品价格：航空餐分为正餐和轻正餐两类，具体定价见下表。高铁套餐价格定位于 40~80 元/份区间。

图表 7：航空餐拟定价格表

航班类型	餐品类型	仓位	价格
国际航班	正餐	头等舱	65 元
		经济舱	45 元
	轻正餐	头等舱	40 元
		经济舱	18 元
国内航班	正餐	头等舱	45 元
		经济舱	33 元
	轻正餐	头等舱	32 元
		经济舱	15 元

销售模式：可采取经销商模式，与相关领域经销商采取合作的方式，扩展此

类销售市场。

(2) 学生餐

随着国家对学生健康营养的不断重视,目前我国一至三级市有 60%的中小學生校实行了营养午餐,这方面市场在全面打开,项目公司的智慧中央厨房提供的专业冷链和质量安全控制符合学生餐的要求。

产品价格: 学生餐有部分政府补贴,价格不宜过高,按照每份 20 元左右,结合成本定价。

销售模式: 可采取经销商模式,与教委指定的经销商采取合作的方式,扩展此类销售市场。

(3) 企事业单位工作餐

相对于传统分布式作业方式,智慧中央厨房优势显著,从基建层面为团餐食品安全与标准化打造了更为坚实的护城河。项目单位的智慧中央厨房以标准化、规模化的生产方式,全面推动了生产环节的整合统筹,有助于实现降本增效。

产品价格: 根据企业需求,定制企业可接受的产品和价格,提供区间在 20~40 元/人·份的团餐产品。

销售模式: 可采取经销商模式或零售模式,采取经销商模式,可与经销商合作与企事业单位签约,零售模式可与企事业单位直接签订商业合同。

(4) 餐饮直营店配送

智慧中央厨房能够保证连锁餐饮企业的食材供应全程冷链不断链,餐饮企业能够实现集中采购、规模管理、统一配送,高度实现资源共享,并享受到更为专业的第三方冷链物流服务。

产品价格: 根据连锁餐饮企业需求,随着市场价格上下浮动。

销售模式: 可采取零售模式,使客户可以随时电话或线上订购的方式购买产品,也可与连锁餐饮企业签订产期合作协议的方式合作。

(5) 老人餐

国家相关政策越来越重视对老年人“就餐难”问题的解决,《国务院办公厅关于推进养老服务发展的意见》等明确提出以“配餐”等方式满足老年人需求,较好地回应了老年人的实际需要。这为企业中央厨房提供了更广大和稳定的外部市场。

产品价格：老人餐有部分政府补贴，价格不宜过高，按照每份 20 元左右，结合成本定价。

销售模式：可采取经销商模式，与政府相关部门指定的经销商采取合作的方式，扩展此类销售市场。

(6) 部队餐

随着军种、岗位要求提高，部队伙食供应标准按照次序同样是逐渐上升的。不同军种所执行任务不同、训练强度不同，军人每天所需摄入的热量、饮食结构同样会有区别。中央厨房可根据军人每日需求搭配合理的热量和饮食结构，满足部队团餐的供应需求，更好地满足了部队伙食的实际需要。

产品价格：部队餐需根据不同军种，根据客户需求定制产品，价格暂定按照 30~50 元/份。

销售模式：可采取经销商模式，与政府相关部门指定的经销商采取合作的方式，扩展此类销售市场。

(7) 个人消费者

随着当下生活方式的改变，Z 世代成为一大主力消费人群，对便捷餐饮的消费偏好将逐步提升，而相对比于外卖，部分冷冻预制食品给消费者相对健康的印象，更受新一代年轻人的推崇，为中央厨房预制菜市场提供新的增长点。

产品价格：通过对市场上预制菜企业电商销售价格的调研，个人消费预制菜的产品价格一般在 30-40 元/250g。

销售模式：个人消费者主要通过商超、电商、零售专门店等渠道购买，商超可采取经销或者批发模式，与各商超签署合作协议；电商、零售专门店采取自建销售团队，搭建销售体系。

3、物流规划

随着人们生活水平日益提高，人们对食品的要求也越来越高。人们现在所关心的已不再是数量和价格，而是新鲜与安全。

项目公司将通过建设一套标准化的自有物流冷链系统，实现“互联网+最后一公里配送”、“零接触配送”，严格把控配送指标，提升项目整体物流板块信

息化和专业化程度，把企业打造成淄博市冷链配送先进企业，形成区域优势。

第三章 项目建设背景及必要性

第一节 项目建设背景

一、政策背景

2021年2月，中共中央、国务院发布《关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》，其中提出要坚持把解决好“三农”问题作为全党工作重中之重，乡村振兴，一头连着产地田头，一头连着市场餐桌，农产品食品化有效衔接两端，是“小农户”对接“大市场”的桥梁。

中央厨房产业是一个上游连“三农”，下游惠民生，能促进农产品加工增值、农民增收、消费升级的三产融合型产业，发展中央厨房产业对发展“三农”，实现农村现代化和实现国家乡村振兴战略的一项有力措施。

1、国家政策

《“十四五”国内贸易发展规划》

2021年12月20日，商务部等22部门印发《“十四五”国内贸易发展规划》，《规划》提到：加快推广无接触式交易、店仓一体、**中央厨房+食材冷链配送**等新模式，推动社交电商、直播电商等新业态健康发展。

《“十四五”冷链物流发展规划》（国办发〔2021〕46号）

2021年11月26日，国务院办公厅关于印发《“十四五”冷链物流发展规划的通知》，《规划》提到：推动冷链物流高质量发展，是减少农产品产后损失和食品流通浪费，扩大高品质市场供给，更好满足人民日益增长美好生活需要的重要手段；是**支撑农业规模化产业化发展**，促进农业转型和农民增收，**助力乡村振兴**的重要基础；是满足城乡居民个性化、品质化、差异化消费需求，推动消费升级和培育新增长点，深入实施扩大内需战略和促进形成强大国内市场的重要途径；是健全“从农田到餐桌、从枝头到舌尖”的生鲜农产品质量安全体系，支撑实施食品安全战略和建设健康中国的重要保障。

《关于印发“十四五”推进农业农村现代化规划的通知》

2021年11月12日，国务院发布《关于印发“十四五”推进农业农村现代化规划的通知》，提到鼓励农业产业化龙头企业建立大型农业企业集团，**开展农产品**

精深加工，在主产区和大中城市郊区布局中央厨房、主食加工、休闲食品、方便食品、净菜加工等业态。

《关于进一步做好供应链创新与应用试点工作的通知》（商建函〔2020〕111号）

.....

《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》（国办发〔2020〕32号）

.....

《关于全国乡村产业发展规划（2020-2025年）的通知》（农产发〔2020〕4号）

.....

《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》（发改高技〔2020〕1157号）

.....

2、地方政策

《山东省人民政府办公厅关于加快食品产业高质量发展若干措施的通知》（鲁政办字〔2020〕171号）

在“十四五”期间加快推进山东省食品产业基础高级化、产业链现代化，实现高质量发展。创新业态和模式。加快中央厨房、农商直供、垂直电商平台等新业态新模式发展，推进食品产业与休闲、旅游、文化等深度融合，建设一批食品特色小镇、博物展馆。“十四五”期间，每年推介10个新业态新模式典型案例。

《山东省餐饮质量安全提升行动实施方案（2021—2023）》

一方面，《实施方案》指出：鼓励餐饮服务提供者推动食品安全管理和服务升级，鼓励中央厨房和集体用餐配送单位购买食品安全责任保险，发挥保险的他律作用，完善风险分担机制；另一方面，指出规范“小餐饮”经营行为，通过取缔一批、规范一批、提升一批，推动“小餐饮”管理水平提升，推动“小餐饮”集中经营、统一管理，促进小餐饮向集约化规范化转型升级。从食品质量安全和促进小餐饮向集约化规划化发展的方向上，政府将加大鼓励力度，这为中央厨房的发展提供了政策支撑。

.....°

综上，为了支持农产品产业的高质量发展，国家和地方政府鼓励加快构建集智慧农业、电商平台、智慧物流为一体的农产品供应链体系，提升农产品商品化、规模化、标准化、品牌化水平，推动中央厨房产业发展。同时国家关于中央厨房产业发展政策也保持了连贯性，涵盖生产、加工、物流等重要环节，助推中央厨房产业专业化发展。

二、经济背景

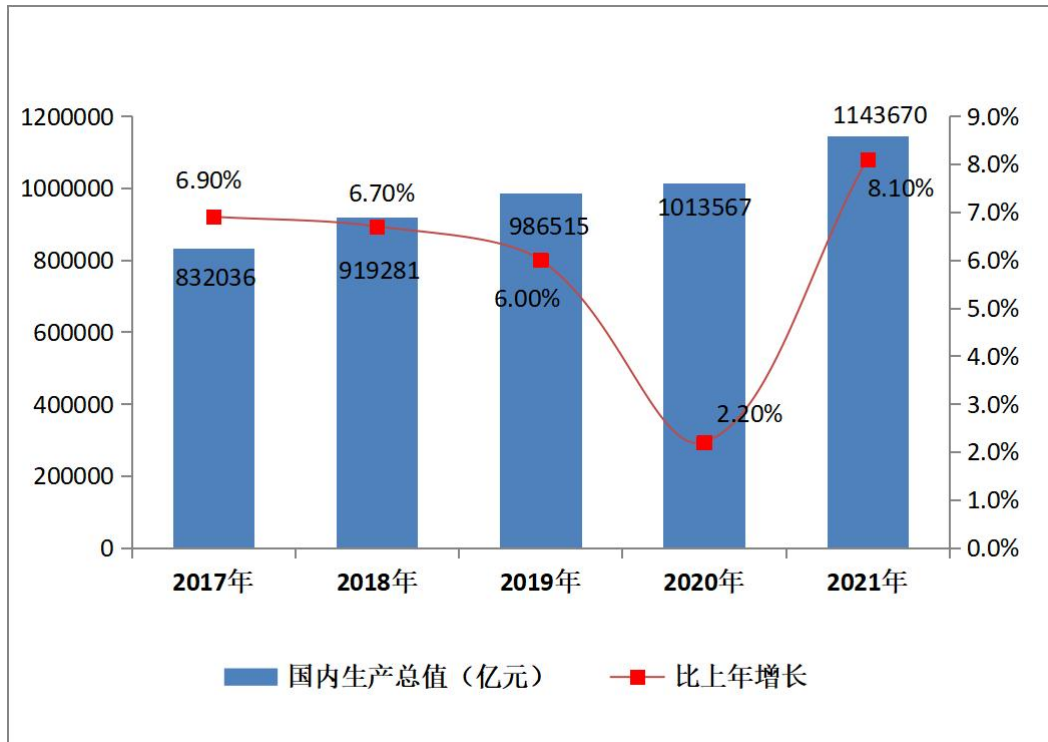
1、全国经济发展情况

(1) 全国国内生产总值保持增长，经济发展状况良好

根据国家统计局数据，2017年至2021年，我国GDP从832036亿元增至1143670亿元，2021年，在全球疫情肆虐的情况下，我国国内生产总值仍达到了1143670亿元，按可比价格计算，比上年增长了8.1%，2020年-2021年，两年平均增长5.1%，经济发展状况良好。在国民经济增长的同时，全国社会消费品零售总额也呈现了加速增长的态势，2021年全年社会消费品零售总额440823亿元，比上年增长12.5%。未来经济的增长将继续带动国内消费品需求的持续增长。

全年批发和零售业增加值95686亿元，比上年下降1.3%；交通运输、仓储和邮政业增加值41562亿元，增长0.5%；住宿和餐饮业增加值15971亿元，下降13.1%。

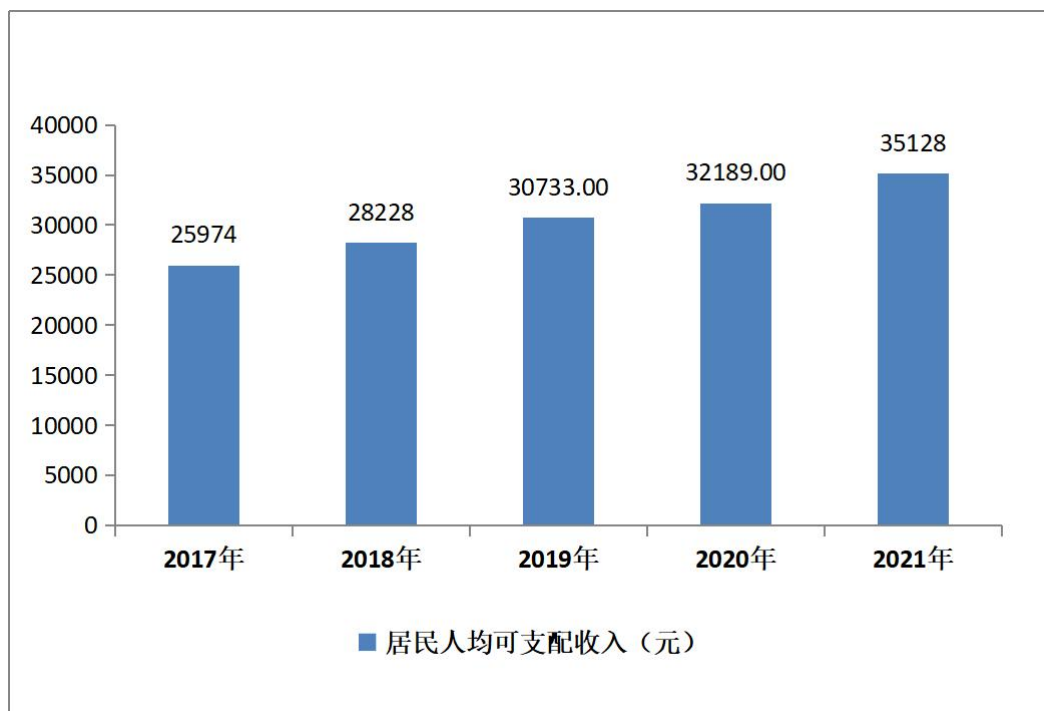
图表 8：2017-2021 国内生产总值及同比增长



(2) 全国人均收入和支出增加促进消费升级

根据国家统计局数据统计，2017年至2021年，城镇居民家庭人均年消费性支出从25747元增至35128元。随着人均收入和支出的持续增加，消费者追求更多精神物质消费，高端化、品质化的产品和服务需求日益增长，促进消费结构调整，推动消费升级。

图表 9：2017-2021 年全国居民人均可支配收入



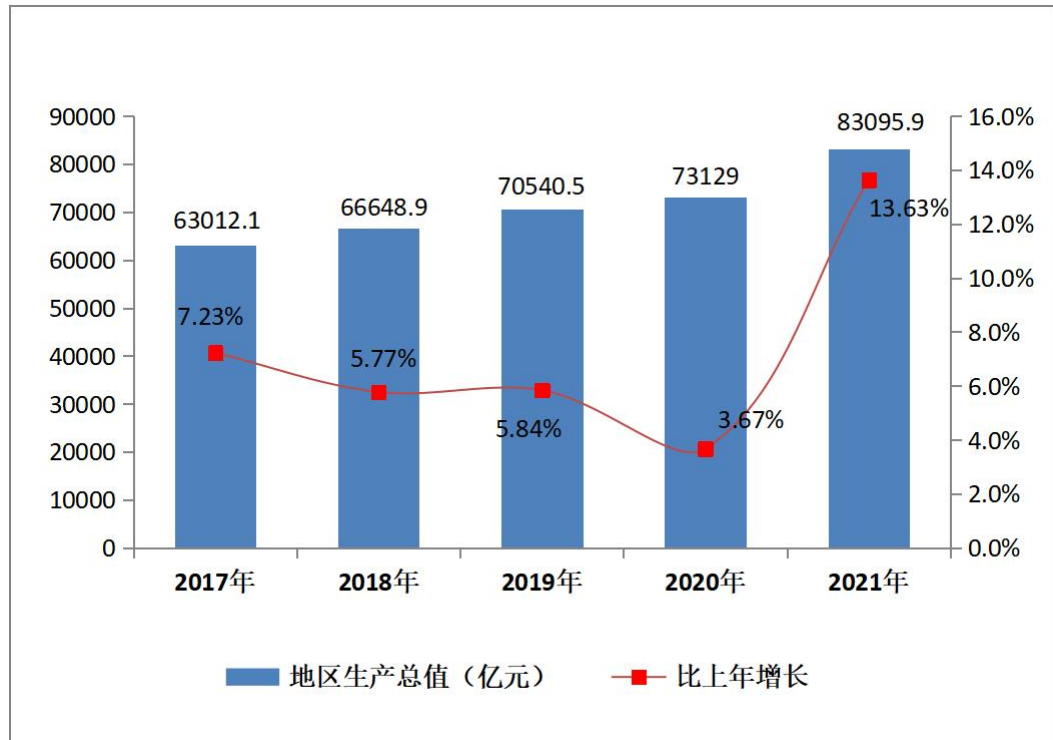
2、山东省经济实力雄厚蓬勃发展

2021年，是中国共产党成立100周年，是全面迈入社会主义现代化新征程起步之年和“十四五”开局之年。全省上下坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实习近平总书记对山东工作的重要指示要求，锚定“走在前列、全面开创”“三个走在前”总遵循、总定位、总航标，立足新发展阶段，完整、准确、全面贯彻新发展理念，主动服务和融入新发展格局，落实“六个一”发展思路、“六个更加注重”策略方法、“十二个着力”重点任务，更大力度统筹疫情防控和经济社会发展，更实举措做好“六稳”“六保”工作，全省经济稳中向好、进中提质，高质量发展步伐坚实有力，实现“十四五”良好开局。

(1) 经济运行逐渐恢复、稳定转好

2021年山东省经济运行稳中向好，进中提质。初步核算，全省实现生产总值83095.9亿元，按可比价格计算，比上年增长8.3%。分产业看，第一产业增加值6029.0亿元，增长7.5%；第二产业增加值33187.2亿元，增长7.2%；第三产业增加值43879.7亿元，增长9.2%。三次产业结构由上年的7.4：39.1：53.5调整为7.3：39.9：52.8。

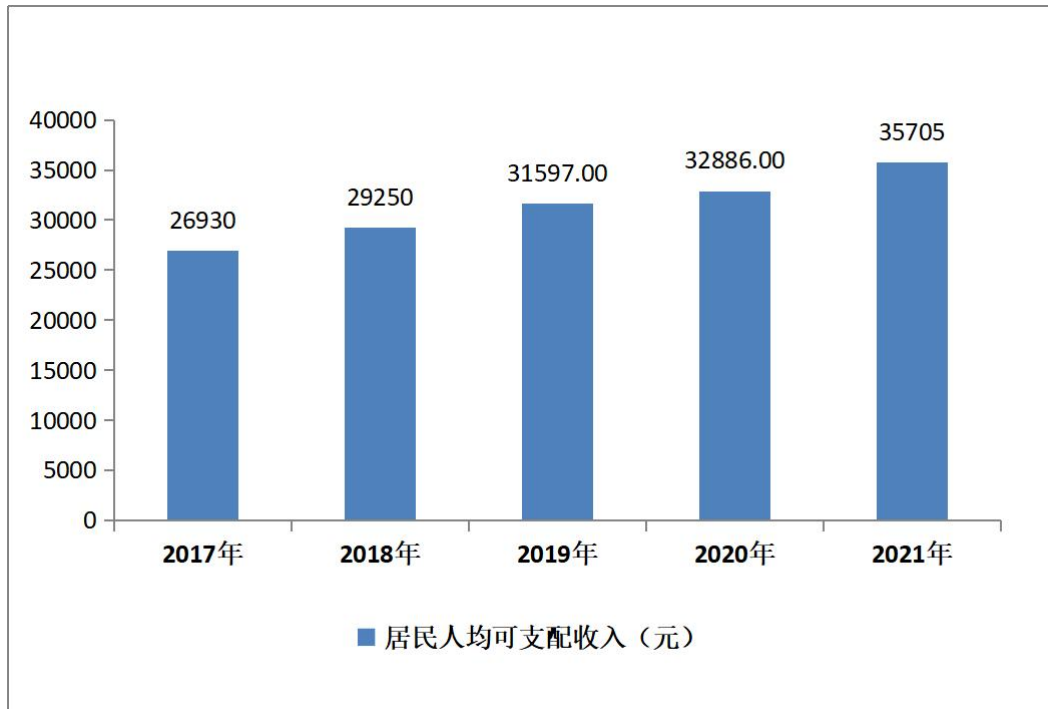
图表 10：2017-2021 年山东省地区生产总值及增速情况



(2) 人均可支配收入较上年上涨 8.6%

2021 年山东省居民人均可支配收入稳步提升。居民人均可支配收入 35705 元，比上年增长 8.6%。其中，城镇居民人均可支配收入 47066 元，增长 7.6%；农村居民人均可支配收入 20794 元，增长 10.9%。居民人均消费支出 22821 元，增长 9.0%。

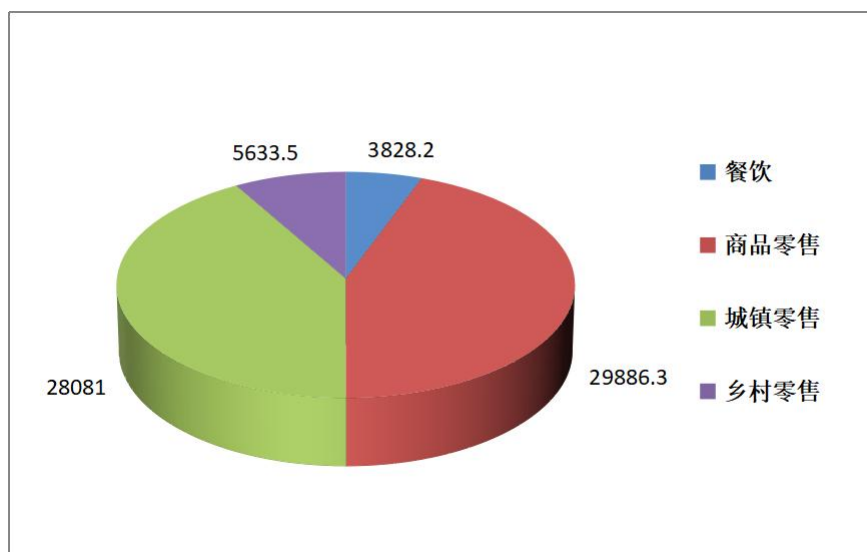
图表 11：2017-2021 年山东省居民人均可支配收入



(3) 消费市场复苏提速

社会消费品零售总额33714.5亿元，比上年增长15.3%。其中，餐饮收入3828.2亿元，增长22.4%；商品零售29886.3亿元，增长14.4%。城镇零售额28081.0亿元，增长15.3%；乡村零售额5633.5亿元，增长15.2%。

图表 12：2021 年山东省社会消费品零售构成



3、***市经济实力稳步提升

三、社会背景

1. 我国饮食结构发生变化，肉蛋菜类占比逐渐提升

根据国家统计局数据显示，我国人均粮食消费量从 2016 年 132.8 千克逐步下降到 2019 年 130.1 千克（2020 年有所提升至 141.2），肉（禽）、蛋、水产品的消费量从 2016 年 56.3 千克上升到 2020 年 64.2 千克。肉类及其他主要食品消费量的上升表明了我国居民饮食在逐步升级。

2、餐饮企业对第三方代工菜品需求增加

我国餐饮市场是一个规模巨大、分散程度高且竞争激烈的市场，众多餐饮企业独立参与市场竞争，未能规模化经营，导致成本居高不下。餐饮企业的经营成本主要由原材料成本、房租成本、人力成本、能源成本及相关税费构成。根据中国饭店协会《2019 中国餐饮业年度报告》数据，正餐类餐饮企业平均人力费用占营业收入比例达 22.41%，房租成本比例达 10.26%。

中央厨房主要生产的产品为预制菜，是指以农、畜、禽、水产品为原料，配以各种辅料进行预加工（如分切、搅拌、腌制、滚揉、成型、调味）而成的成品或半成品，产品经简单烹饪或加热后，即可方便食用。

.....。

3、人们生活方式的变革

长远来看，人们对于便捷性的追求将使得预制菜的需求不断增加。根据全国第七次人口普查数据，当前国内人口结构出现了较为明显的单身化趋势、家庭规模小型化的特点，在此趋势下消费者将更倾向于选择更为简单便捷的食材，且当前随着“懒人经济”、“宅经济”的出现，也使得消费者对于较为方便的预制菜的需求不断增加。现阶段在疫情的冲击之下，居家隔离的消费者接触到预制菜的场景有所增加，将较好地培育消费者的消费习惯。

4、城镇化率提高推动基础设施超前建设

2021 年中国城镇化率达到 64.72%，而发达国家平均约 80%，中国还有很大空间，但城镇化的人口将更多聚集到城市群都市圈。预测到 2030 年中国城镇化率达 71%时，新增 2 亿城镇人口的 80%将集中在 19 个城市群，60%将在长三角、

粤港澳、京津冀等 7 个城市群，未来这些地区的餐饮相关的需求和物流等基础设施需求将愈发旺盛。

.....

5、***市物流业蓬勃发展

第二节 项目建设必要性、可行性分析

一、项目建设必要性

1、项目建设是***集团实现整体效益最大化的重要支撑

2、项目建设是企业转型的迫切需要

3、项目建设是落实国家及当地政府“三农”政策落实的需要

中国政府早已认识到中央厨房产业上游连“三农”，下游惠民生，能促进农产品加工增值、农民增收、消费升级，正日益成为“稳增长、调结构、惠民生”的重要力量。但我国中央厨房产业发展水平较低，中央厨房规划设计的标准和卫生规范严重缺失，技术及工艺装备落后，产业和产品结构不合理，加工规模小，亟待用工业化理念进一步规范、引领中央厨房发展，逐步实现中央厨房加工产品的标准化、操作的规范化、技术的现代化、组织的制度化。

本次中央厨房项目，依托***公司餐饮及食品行业多年积累的工作经验，以及具备标准化、操作规范化的技术团队，将打造高质量、高水平的中央厨房，助力落实和推动三农政策的落地。

4、项目建设是推进产业结构转型升级和高质量发展的需要

5、项目的建设是企业契合消费升级趋势的需要

二、项目建设可行性

1、***集团内部市场潜力巨大

2、***公司自身优势推动产业发展

3、市场发展前景广、需求量稳定

一是食品消费结构稳定，根据国家统计局数据统计，2018年-2021年全国居民主要食品消费量，除肉类有小幅波动外，其余类目均为上升趋势，由此可以看出食品消费在市场消费中消费基础较好，食品行业发展较为稳定，智慧中央厨房作为食品行业的重要环节，将具有稳定的消费环境。

二是园区型工业布局，淄博市作为传统重工业型城市，在工业园区建设方面，数量多规模大，布局集中，配餐消费市场巨大，增强了智慧中央厨房项目供需黏性。

第四章 项目宏观市场分析

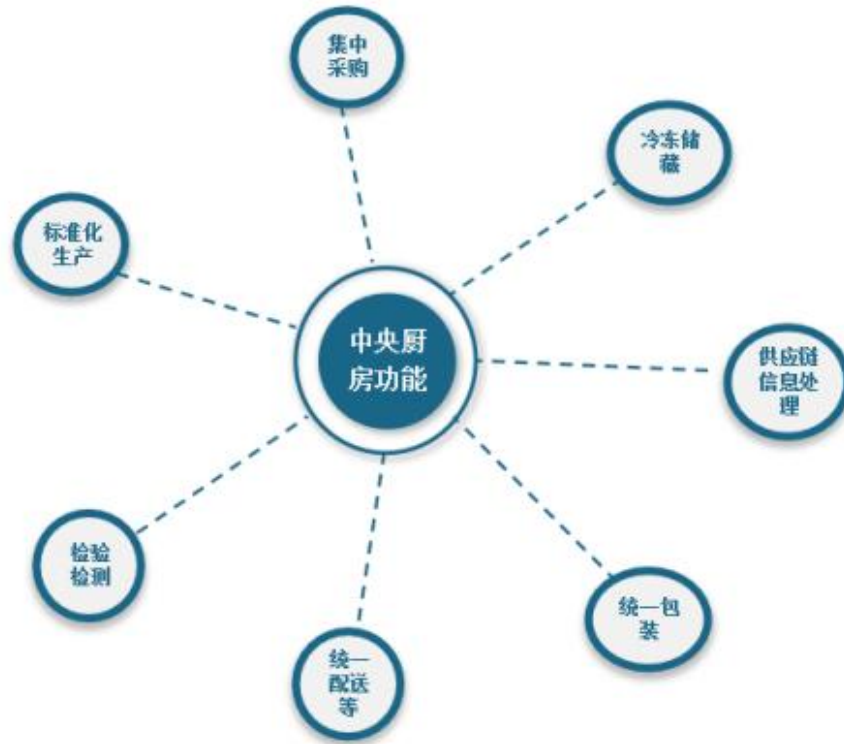
第一节 行业概述

一、定义

智慧中央厨房是餐饮产业链中一种特色的生产供应模式，指以农、畜、禽、水产品为原料，配以各种辅料，进行食材搭配、营养管理制成成品或半成品后，再将菜品用冷藏车统一配送。

涵盖集中采购、标准化生产、检验检测、冷冻储藏、供应链信息处理、统一包装、统一配送等功能。

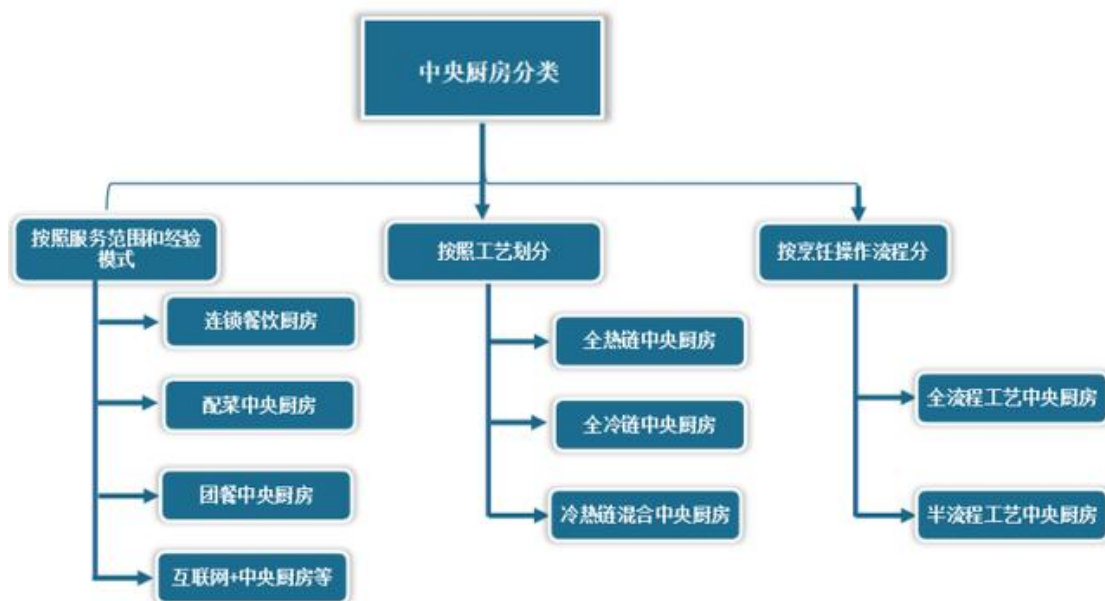
图表 16：中央厨房功能



二、分类

智慧中央厨房分类多样，按照服务范围和经营模式可以分为连锁餐饮厨房、配菜中央厨房、团餐中央厨房、互联网+中央厨房等；按照工艺划分可以分为全热链中央厨房、全冷链中央厨房、冷热链混合中央厨房；按烹饪操作流程可以分为全流程工艺中央厨房和半流程工艺中央厨房。

图表 17：中央厨房分类



三、产品分类

根据成品化程度，中央厨房的产品分为以下类别：

1) 生制半成品

经挑选、清洗、分割、切配等初加工、不经热加工处理的非即食半成品。如半成品净菜、发酵面团、半成品肉馅、调理肉制品及水产品、蛋制品等。

2) 热加工半成品

原料经初步热加工处理后，仍需进一步加工制作的阶段性成品。例如经热加工的调理肉制品、速冻米面制品等。

3) 成品

在餐饮门店无须经过清洗消毒或煮熟处理，直接或简单加热后即可食用的食品。如熟食、糕点、面包、冰激凌、豆浆、甜品、调味酱汁、即食果蔬等。

四、优势

1) 规模化降低成本

智慧中央厨房规模化降低成本主要体现在上游原料、人力支出和后厨面积减少方面。

上游原料方面，中央厨房通过大批量进货减少中间环节，提到议价能力，可使上游采购的原材料品质提升、价格下降、供给更稳定；集中加工提高了原料综

合利用能力，边角余料可以通过再加工进行使用，减少浪费，从而降低成本；

人力支出方面，餐饮业厨师成本高昂，月薪在 5000-10000 元之间，中央厨房提升标准化水平后减少大厨依赖；另外，通过中央厨房统一处理制作流程，减少后厨的洗、切、配等内容，降低后厨人员配置，平均可减少 40% 的人员配置，有效节约人力资源的成本；

后厨面积方面，对于前厅和后厨的面积规划，一般后厨面积占比约 25~35%，中央厨房的设置，可以缩小后厨面积或取消自有厨房，可以提高餐厅坪效，而且还能改善环境。

2) 保障食品安全

由于进货量大，智慧中央厨房可以对原料的规格标准、质量要求、运送方式等做出全面规定，保证原料新鲜优质，为生产制作统一优质的菜品提供前期保证。

3) 产品标准化，加速产品更新迭代

中央厨房统一原料、配方、加工流程，减少门店对产品质量的干涉，提高标准化同时促进研发。随着目前餐饮行业连锁化餐厅和团餐的逐渐兴旺，餐饮业出现了菜单缩短、简化门店制作流程、高速自我迭代的特征。中央厨房稳定的品质控制是目前品牌连锁化的最根本保障，以确保食品安全、食品口味一致性。

同时，智慧中央厨房利于配备专业的研发团队进行产品研发，不断改进产品形态、口味以及推出新产品，加速产品更新迭代，以适应更追求新口味、优质产品的新一代消费者需求。

4) 仓配一体化，节省配送成本

智慧中央厨房的仓储、配送实行全程管控，一方面减少企业制冷设备投资和电力能源消耗，另一方面配送可规划可调配，保障菜品新鲜的同时也降低了采购配送成本。

五、产业链简介

智慧中央厨房作为餐饮产业链的一种特色生产供应模式，涉及基地打造、食材采购、生产加工、物流运输等多个产业环节，起着衔接上游产业（农林牧渔、包装食品等）和下游产业（商超、社区、学校、餐饮）的作用，是实现物流系统化与规模经营有机结合的有效途径。

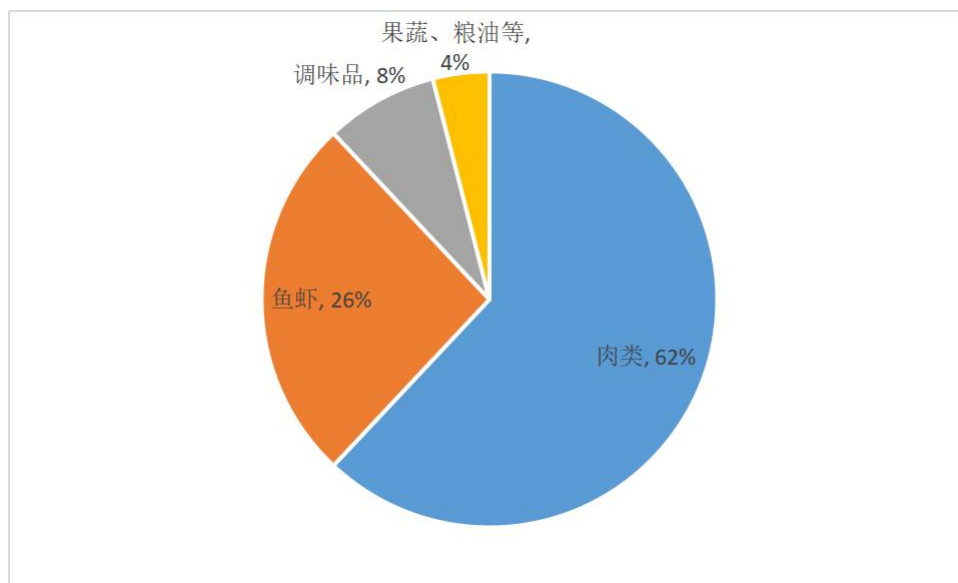
图表 18：中央厨房处于餐饮供应链承上启下的核心位置



1、上游原材料

智慧中央厨房的上游主要为原料供应，包括肉类、海产品、粮油、蔬菜等农牧渔业及初加工业，整体分布分散。其中利用最多的为肉类，占 60% 以上的份额，其次是海产品，占 26%。上游的农业企业依托原材料优势和渠道积累也常布局中央厨房业务，如圣农、正大、新希望等企业。

图表 19：2021 年中央厨房原料利用占比



数据来源：头豹研究院

2、中游制作

智慧中央厨房产业中游主要为预制菜产品的制作方和配送方，通过将原材料进行预处理、烹饪和包装储存，用冷链运输给下游消费渠道。中央厨房中游企业多数处于发展初期阶段，发展迅速，主要集中在山东和河南地区，主要决定因素是供应链的地理位置优势。

图表 20：2022 年中央厨房中游企业地域集中度



3、下游消费

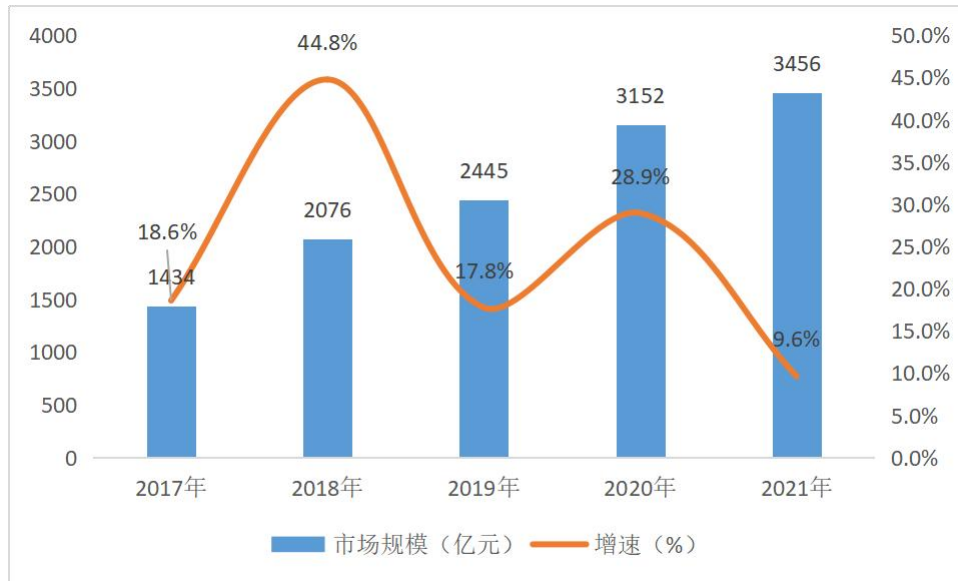
智慧中央厨房下游主要包括 B 端和 C 端消费者，B 端消费渠道包括餐饮、酒店、经销商、农贸市场、电商等；C 端消费渠道包括电商、外卖、商超等。目前 B 端渠道为中央厨房的主要销售途径，占比约 80%，但随着疫情、消费观念等对个人消费者饮食习惯的影响，未来 C 端渠道的占比将有所上升。

第二节 中央厨房市场发展现状

一、2021 年我国中央厨房市场规模约 3456 亿元

.....

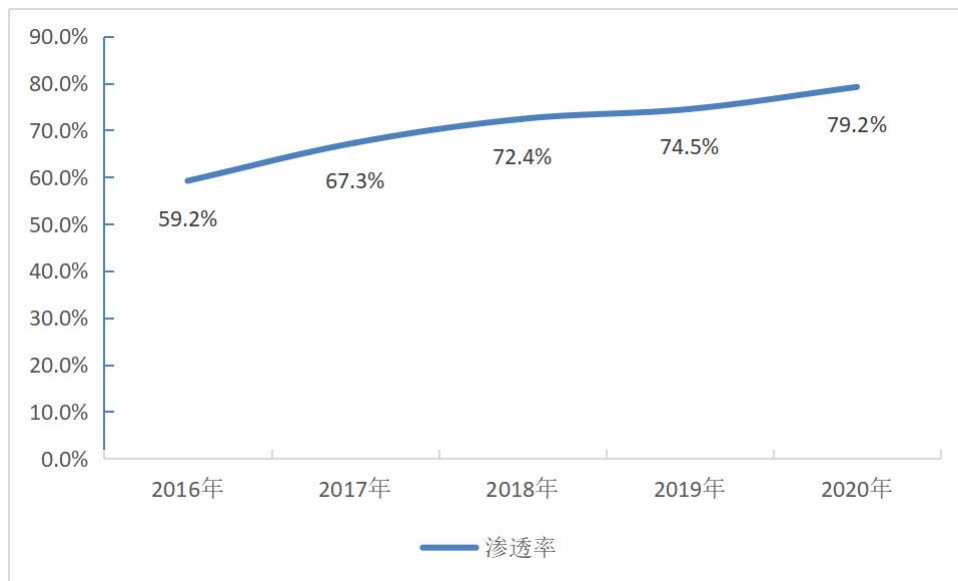
图表 21：中央厨房市场规模及增速



二、我国中央厨房的渗透率在连锁餐饮企业较高，其他行业有待提高

.....

图表 22：2016-2020 年我国连锁餐饮企业中央厨房渗透率

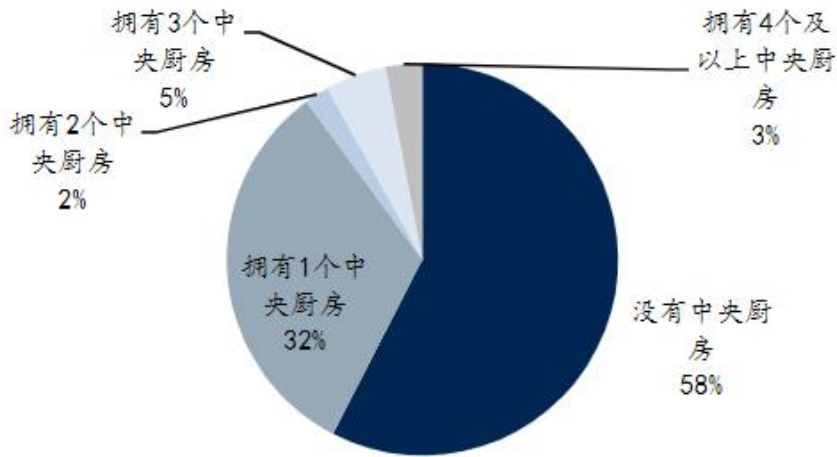


数据来源：国元证券

但根据中国饭店协会调查，2020年在100家调研企业中，拥有中央厨房的企业仅占43%，拥有1个中央厨房的企业占比32%，拥有2个以上中央厨房的企业占比10%，且行业内尚未出现龙头，竞争格局比较分散。

.....

图表 23：拥有中央厨房的企业占比 43%



数据来源：中国饭店协会调查

三、行业格局分散，头部央厨企业有待培育

.....。

图表 24：中央厨房市场参与者多样化



其中连锁餐饮企业中央厨房代表企业包括海底捞旗下的蜀海供应链、避风塘、丰收日等。

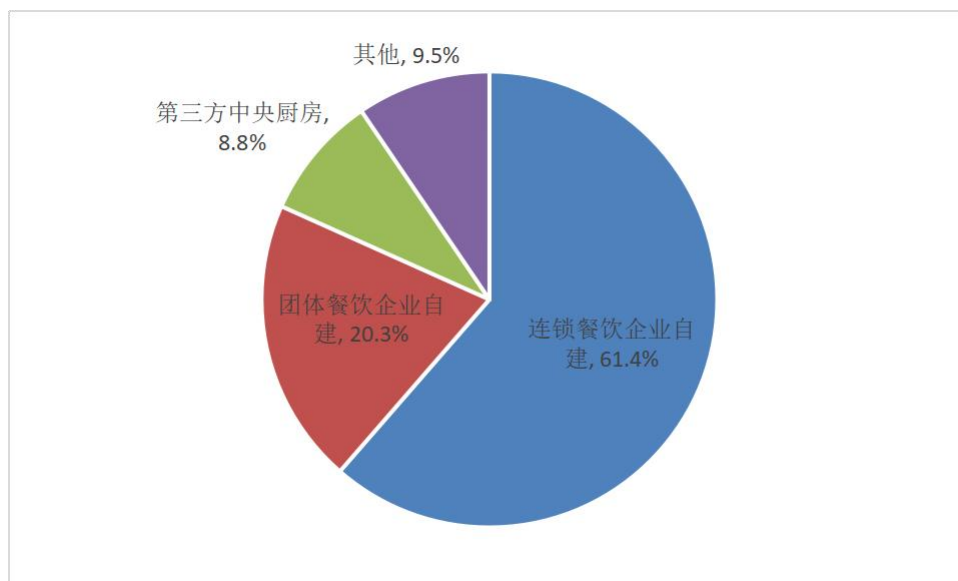
图表 25：自建中央厨房代表企业

餐饮品牌	品牌 Logo	建设时间	中央厨房建设情况
眉州东=		1999 年	眉州东坡是北京最早建立物流配送中心和中央厨房的中餐企业。1999 年建设第一代配送中心，2002 年升级为物流中心，2012 年由台湾物流专家设计、引进先进机械设备的物流中央厨房在 2012 年 3 月正式启用，总面积为 12000 平方米。
鼎泰丰		2000 年	2000 年，鼎泰丰在台湾、日本、美国共有 6 家门店，并在同年建立中央厨房；2001 年，鼎泰丰首次进入大陆；2014 年全球第 100 家门店开业，版图覆盖到日本、美国、新加坡、韩国、马来西亚、泰国多地。
丰收日		2004 年	2004 年组建中央厨房，加工及仓储面积 6500 多平方米，加工配送半成品达 120 多种，原料及物资类超 300 多种，全程冷链物流配送辐射上海、杭州、南京，市区内车程不超 90 分钟，跨省配送不超三小时便可送达。
避风塘		2005 年	2002 年开始筹建中央厨房，2005 年正式开始运营，经过几年的调试后已能够稳定支撑门店的发展。从 2010 年开始避风塘加快发展速度，以每年 10 到 20 家的速度扩张，并走出上海，进入北京、华东、华中市场。
海底捞		2009 年	蜀海供应链是海底捞下属的餐饮食材 B2B 公司，成立于 2009 年，2016 年以 B2B 的模式对外服务，平台承载 3000 多个 SKU，全国部署了北京、上海、郑州、武汉、西河、西安 7 个城市，11 个物流中心。
味千拉面		/	味千中央厨房建设起步较早，2010 年前味千投资 1.3 亿元在香港建设占地面积 6000 平的中央厨房。在内地，味千也逐渐建设起 4 大中央厨房生产基地以及 7 家配送中心，其上海松江的中央厨房约 6000 平，是国内面积最大的中央厨房。
西贝		/	2008 年进入净菜领域，2014 年重新设计中央厨房功能。目前在北京、上海、深圳设有三大中央厨房，位于闵行区的中央厨房为上海的 80 多家门店每日配送加工料 70 种，原料超过 200 种。

四、第三方央厨发展潜力大

国内中央厨房市场结构中，以连锁餐饮企业自建中央厨房为主，占比 61.4%；其次为团体餐饮企业型中央厨房，占比达 20.3%，第三方央厨占比为 8.8%。

图表 26：我国中央厨房市场结构分布



数据来源：国元证券

第三节 上游原材料市场分析

一、肉类原材料价格影响较大

由于中央厨房制作的预制菜中原料使用量占比最为突出的是肉类，而我国肉类价格的波动较为明显，对中央厨房产品制造的影响较大。

1、牛肉价格趋于稳定

图表 27：2022 年 5 月 25 日山东省各地肉牛价格

时间	产品/品种	所在产地	价格	升降	走势图
2022-05-25	肉牛	山东济南市历下区	15.4元/斤	-	→
2022-05-25	肉牛	山东济南市商河县	17.07元/斤	-	→
2022-05-25	肉牛	山东济南市平阴县	16.17元/斤	-	→
2022-05-25	肉牛	山东济南市章丘区	15.2元/斤	-	→
2022-05-25	肉牛	山东济南市长清区	14元/斤	-	→
2022-05-25	肉牛	山东青岛市平度市	17.6元/斤	-	→
2022-05-25	肉牛	山东青岛市胶州市	18.27元/斤	-	→
2022-05-25	肉牛	山东淄博市高青县	16.57元/斤	-	→
2022-05-25	肉牛	山东枣庄市滕州市	17.3元/斤	-	→
2022-05-25	肉牛	山东枣庄市薛城区	18元/斤	-	→
2022-05-25	肉牛	山东东营市利津县	16.4元/斤	-	→
2022-05-25	肉牛	山东东营市广饶县	18.58元/斤	-	→
2022-05-25	肉牛	山东潍坊市昌邑市	20元/斤	-	→

数据来源：惠农网

2、猪肉价格将有上行

3、水产价格较为稳定

二、粮食、蔬菜、调味品等价格波动不大

1、粮食价格基本稳定

2、蔬菜价格虽受季节影响波动，但整体变动不大

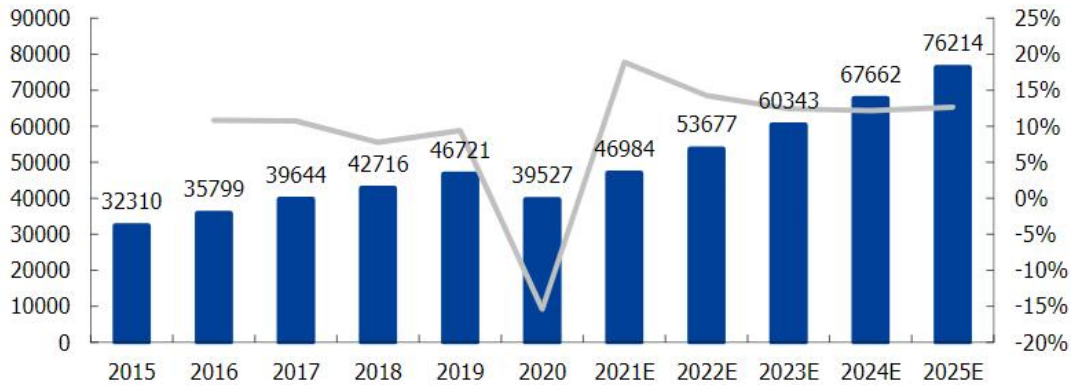
3、调味品存在上涨趋势，但影响不及肉类

第四节 下游渠道分析

一、餐饮连锁化趋势明显

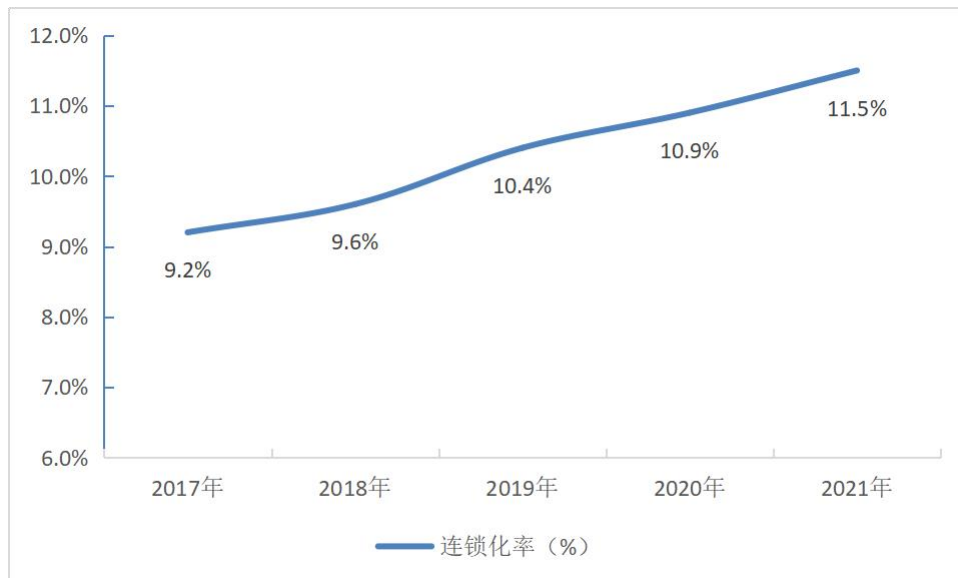
2021 年我国餐饮行业从疫情中恢复正常，整体营收约为 47000 万元。其中代表大型餐饮企业的限额以上餐饮企业凭借较多的现金储备、更好的门店卫生保障，恢复情况更好。

图表 33：2015-2025 年我国餐饮行业营收情况及增速



数据来源：国家统计局

图表 34：2017-2021 年中国餐厅连锁率



数据来源：中国饭店协会

二、团餐市场已超过万亿级别

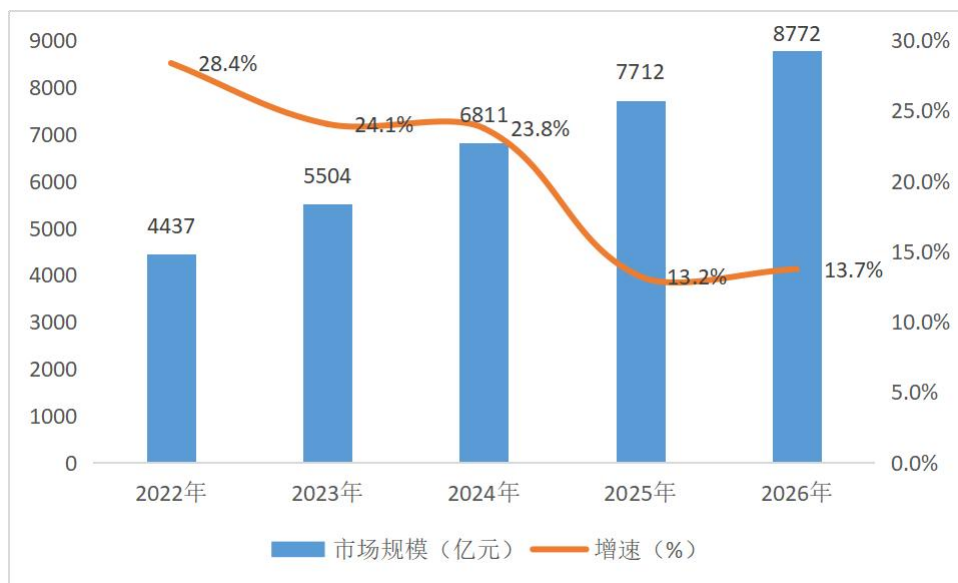
三、零售企业以商超为主

第五节 未来发展趋势

一、市场规模持续增大

未来随着餐饮行业连锁化、规模化，团餐渠道的壮大以及代表消费者购买偏好的商超渠道发力，中央厨房需求和消费量上涨是必然趋势。预计 2022-2026 年间中央厨房的市场规模将以 20%左右的年复合增速持续上涨，到 2026 年将达 8772 亿元，发展空间巨大。

图表 40：2022-2026 年国内中央厨房市场规模预测情况



数据来源：尚普咨询模型

二、冷链物流将成为关键环节

在“十四五”的发展计划中，国家政策明确了对冷链运输行业发展的支持，到 2021 年底，我国冷链运输车保有量达到 30 万。

冷链技术对于中央厨房行业来说非常关键，几乎是行业发展最关键的环节。从中央厨房企业集中在山东、河南、江苏、浙江和广东省的地域分布来看，正好对应了冷链企业的地域集中情况，说明中央厨房行业对冷链运输有一定的依赖度。冷链运输可以扩大中央厨房的业务辐射范围，同时可追溯的物流信息实现运营成本控制。

因此未来不管是自建冷链运输团队，还是采取第三方合作，完善冷链物流网络都将是中央厨房企业的必然举措。

三、配送形式多样化

餐饮企业和团餐企业通常采用“中央厨房+连锁门店/食堂”的传统模式，然

而随着网购、外卖、最后一公里到家等新消费的基础设施加速完善，我国中食产业（区别于内食、外食，定义为在外购买带回家简单加工的即食食品）快速崛起，传统模式逐渐迭代演变出了“中央厨房半成品+全渠道销售至终端用户”的模式。尤其在新冠肺炎疫情影响下，餐饮行业配送方式逐步多样化，出现了“中央厨房+冷链配送”、“中央厨房+集中配送”、“中央厨房+无接触配送”等多种模式。

四、品牌建设成为核心竞争力

五、信息化成为经营效率提升关键手段

第五章 区位条件分析

第一节 项目选址要求

一、选址要求

项目选址是项目投资成败的一个关键环节，考察重点是支持项目建设并运营的基础环境状况，如自然条件、交通网络、用地条件等。厂址选择应符合当地城市总体发展规划和环保规划，符合当地大气污染防治、水资源保护、自然保护的要求。厂址不得建设在饮用水水源保护区陆域范围和《环境空气质量标准》（GB3095-2012）中规定的环境空气质量I类功能区以及自然保护区、生态功能保护区、风景名胜区等需要特殊保护的地区。

1、自然条件要求

（1）地质条件要求：中心内地势较平坦，地质构造稳定，不应选在地震断层、滑坡、泥石流、沼泽、流沙、采矿隐落区以及居民区上风向地区。

（2）水文条件要求：周边水系丰富，拥有河道及完善的雨、污水排放系统，确保防洪排涝能力，厂址不应受洪水、潮水或内涝的威胁，或有可靠的防洪、排涝措施。

（3）气候条件要求：温度适中，气候宜人。

（4）其他要求：厂区不应选择对食品有显著污染的区域；不应选择有害废弃物以及粉尘、有害气体、放射性物质和其它扩散性污染源不能有效清除的地址；选址周围不宜有虫害大量孳生的潜在场所，难以避开时应设计必要的防范措施。

2、交通配套要求

交通条件的好坏将影响原材料的输入与产品的输出乃至影响产生的效益，项目所在地人流物流畅通，利于项目产品的来往运输，选择宜作工程建设及工业生产的地段作为项目建设的选址。

3、劳动力配套要求

该项目运营需要较大数量具有一定生产技能的从业者，因此要求项目拟建地址周边的劳动力丰富，人口结构层次合理。

二、相关产业和支持产业分析

根据本项目的整体规划，项目相关产业需要的条件如下：

供电配套要求：项目地应有可靠的电力供应，对本项目来说，在电力供应无可靠保障的情况下，还应自备应急发电设备，以保证在必要时的运转。

通讯配套要求：项目地应配备便利的通讯设施，实行双局向双路由的通讯接入，通过周边道路的通讯排管，确保信息交流快捷畅通；项目地实行宽带网接入。

供水配套要求：项目地要有充足的、符合卫生标准的水供应。在有自来水供应的地方，设计规划好自来水管线网和水管口径。自建供水源时，可选用无污染的地面水源，做好安全和防污染措施。

公共设施配套要求：初步预计本项目将带来大量就业岗位，因此在条件允许的情况下需要项目地周边建设相应的配套设施，同时要求良好的治安环境和管理服务体系。

第二节 项目区位条件

一、位置境域

二、地形地貌

三、气候水文

四、交通条件

1、铁路

2、航空

3、公路

五、产业基础

六、发展规划

第三节 区位条件分析结论

第六章 项目产品及技术方案

第一节 产品规划

一期项目主要供应给***集团内部市场以及部分外部市场，产品分三大类，一是预包装高温肉类制品，规划年产能为***吨；二是低温肉类制品，规划年产能为***吨；三是主食类产品，规划年产能为***万个。另外一期项目还将提供切割生鲜肉类，规划年供应规模为***吨。

图表 41：一期项目产品产能规划

序号	产品	年产能	单位
一	集团内部市场		
1	预包装高温肉类制品		吨
2	低温肉类食品制品		吨
3	集团福利低温肉类制品		吨
4	主食产品		万个
5	切割生鲜肉类		吨
二	外部内部市场		
1	预包装高温肉类制品		吨
2	低温肉类食品制品		吨
4	主食产品		万个
三	总计		
1	预包装高温肉类制品		吨
2	低温肉类食品制品		吨
3	主食产品		万个
4	切割生鲜肉类		吨

一、集团内部市场

二、外部市场

第二节 产品工艺及设备

一、主要设计原则

1、产品技术领先，安全可靠，质量稳定；

2、工艺技术方案要具有先进性和实用性，同时具备良好的安全性和经济合理性；

3、生产工艺流程的确定及工艺设备的选型，立足于高起点、高标准。在关键工序上选择先进的生产工艺装备，提升流程自动化、智能化水平，提高产品质量；

4、在确保工艺准确和实现项目目标的前提下，本着节约资金、减少投资的原则，慎重选择投资较大的高精度关键设备；

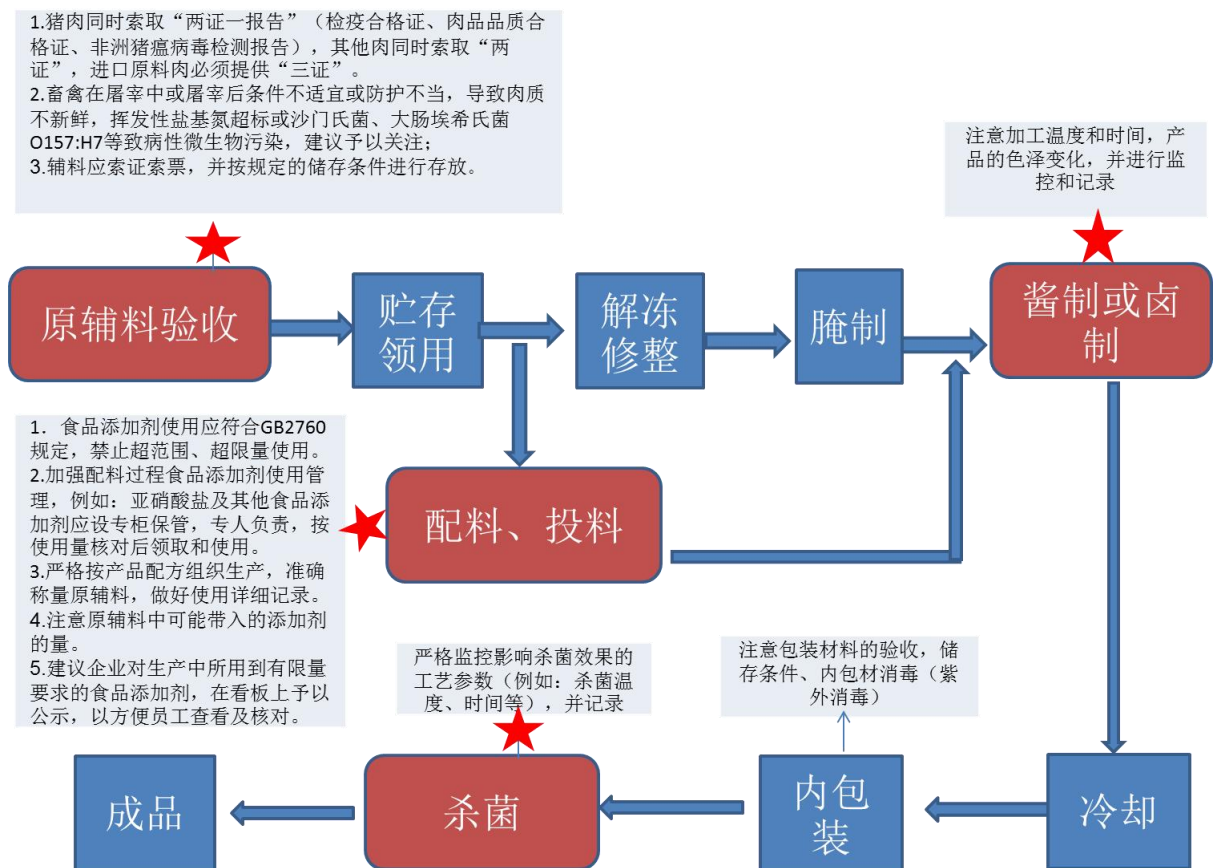
5、在满足生产工艺流程规范的基础上，按“工艺流程顺畅、物流合理”的原则进行车间工艺分区布置，并留有进一步发展的空间；

6、按照“三同时”原则，满足环保、职业安全与工业卫生和消防等规范要求。

二、产品生产流程

1、肉类制品生产流程

图表 43：一期项目肉类制品生产流程图



2、主食类产品生产流程

三、主要生产设备

一期项目的生产设备主要为各类切割机器、蒸煮机器、烹饪机器以及清洗机器，具体设备清单见下表。

图表 45：一期项目主要生产设备清单

序号	功能区	设备名称	设备数量
一	高低温肉类制品区	自动解冻机	
		真空滚揉机	
		真空腌制机	
		夹层锅	
		
二	主食区	真空和面机	
		压面机	
		醒发箱	
		
三	切割区	单斗翻转洗肉机	
		切肉片肉丝机	
		切丁机	
		

第三节 运输方式

第四节 原辅材料来源及消耗

一、原辅材料来源

一期项目需对外采购原辅材料主要为牛肉、猪肉、鸡肉等生鲜肉禽，以及食用油、调味品等辅助材料，原辅材料市场竞争充分、供应充足，所有原材料均可通过市场购得。项目公司在之前的食品经营过程中，已与市场多家供应商建立了长期良好的合作关系，原材料来源稳定，不存在对本项目运转形成制约的情况。

二、原辅材料消耗量

图表 46：一期项目原辅材料消耗量

序号	产品	年用量	单位
1	生鲜肉类		吨
2	面粉		吨
3	食用油		吨
4	调味品		吨

序号	产品	年用量	单位
5	包装材料		
5.1	礼品盒		万个
5.2	铝箔包装袋		万个
5.3	普通包装袋		万个

第七章 项目建设方案

第一节 项目建设指导思想

1、严格按照国家相关规定，科学、环保利用资源，高效服务中央厨房厂房建设。

2、从总体出发，与总体规划衔接，充分考虑地形条件和周边环境的影响，充分让建筑与周围环境相协调，综合处理立面效果；考虑具体使用的要求，创造出良好的办公环境，提供给人们较好的工作活动空间；空间处理手法合理，强调空间的收放及各种空间的独立和统一；整体力求简洁风格，在挺拔中洋溢着一种阳刚向上的城市激情。

3、根据建筑功能的要求，确定建筑的空间布局及结构形式。

4、坚持社会效益、环境效益、经济效益统一的原则，合理配置自然资源，优化用地配套建设各项设施。

5、坚持实用、经济、美观的原则，积极采用新材料、新设备、推广新技术。

6、贯彻环保、安全卫生、绿化、消防、节能、节约用地的设计原则。

第二节 建设方案

一、项目建设内容及规模

一期项目占地面积约***m²，总建筑面积约***m²，将建设生产车间、生产配套设施、办公楼、食堂、澡堂等建筑，容积率***。

其中生产车间建筑面积为***m²，分为肉制品车间、面食车间、分割车间和其他配套间，分别占比***。

同时项目将在办公楼建立智慧调度中心，利用如大数据、物联网、移动互联和云计算等新兴技术，来促使和推动公司中央厨房项目构建可视化、数字化的运营模式，提升生产效率，保障产品质量。

图表 47：项目建设规模指标表

序号	项目	占地面积 (m ²)	层数	建筑面积 (m ²)	备注
一	总用地面积				
	建筑占地面积				
	建筑面积				
	建筑密度				
	容积率				
二	生产车间				
1	肉制品车间				
1.1	高温酱肉区				
1.2	低温食品区				
2	面食车间				
3	分割车间				
4	回收清洗区				
5	消毒区				
6	洁净区				
7	收货区				
8	发货区				
9	辅料库				
10	配料间				
11	冷冻库				
三	配套设施				
1	变配电室 (站)				
2	设备维修间				
3	办公楼、食堂、澡堂				
4	化验室				
5	门卫室				

二、总图布置

1、项目规划构思

本着方便生产、降低造价的原则，规划设计突出“以人为本”的原则，结合项目所处的环境和区位合理布局，在充分考虑现状的基础上，结合当地的实际情况，在兼顾经济、社会、环境效益的前提下，把实用、经济的原则与美观的要求有机结合起来，强调规划布局的完整统一，在有限的用地空间内多方式合理组织内部空间，创造舒适的环境，满足人们的生理需求及工作生活环境的需求。

2、总平面布置原则

项目规划的合理与否，直接决定了厂区是否便捷、高效、节约、畅通。项目在布局时遵循一定的原则。

(1) 各功能分区须明确、合理、得当，布局紧凑，节约用地，用设备、空间、能源和人力资源。

(2) 设施的规划及布局应该留有发展的空间和适应于变化的规划，设备安装也有利于变动和调整。

(3) 与外界保持良好的交通和运输联系，出入口和内部道路符合客流与车流的集散要求，各运动流线保持顺畅、短捷。

(4) 建筑物布置应当适应总体景观，与周边环境相协调。

(5) 减少或消除不必要作业。

(6) 以流动的观点作为设施规划的出发点。

(7) 追求系统的整体优化

即运用系统的概念、系统分析的方法求得整个系统的整体优化，而不仅是单一系统的优化。

(8) 重视人的因素

运用人机工程理论，进行综合设计，并要考虑环境的条件，包括空间大小、通道配置、色彩、照明、温度、湿度、噪音等因素对人的工作安全、工作效率和身心健康的影响。

3、总平面布置方案

第三节 生产厂房功能分区

第四节 智慧调度中心方案

第五节 建筑设计

一、结构设计

1、建筑结构设计原则

本项目建筑结构选型力求经济合理，根据使用性质选择建筑结构方案，其设计均要符合建筑结构设计规范。

建筑构件和配件的选型，除按国家和地区通用标准图选用外，尚须满足具有

中等的预制和吊装水平的施工单位施工较为方便的原则。

2、建筑材料的选用

常规建材均以当地加工为主，但要选择较为正规的加工厂家，以保证质量。

3、建筑防火措施

4、抗震设防

二、道路交通组织

三、竖向布置

第六节 工程方案

一、土建工程

1、设计原则

本工程土建设计遵照国内现行规范、标准和规定。需满足工艺要求以及当地的实际情况，满足防火、防腐、卫生等要求，设计中确保建筑物、构筑物安全、可靠、经济，尽可能使建筑物造型美观、功能适用，在保证工程质量和安全生产的前提下尽量节省投资。

贯彻节约能源和保护环境的原则，尽量采用新型建筑材料，力求达到经济、安全、适用、美观、技术先进的设计原则。

贯彻露天化原则。主要建筑的结构选型以钢筋混凝土结构为主。并确保建、构筑物的质量和安全。

为控制投资规模节省投资，尽量少占用土地，公用工程尽量满足生产需要的水、电、汽等生产辅助设施，生活福利设施尽量少建。

2、采用的标准及规范

设计中严格执行现行标准规范和强制性条文。本工程建筑结构标准采用国家标准，主要有：

- (1) 《建筑设计防火规范》（GB50016-2014（2018年版））；
- (2) 《建筑内部装修设计防火规范》（GB50222-2017）；
- (3) 《建筑地面设计规范》（GB50037-2013）；
- (4) 《建筑地面工程施工质量验收规范》（GB50209-2010）；

- (5) 《屋面工程技术规范》（GB50345-2012）；
- (6) 《建筑采光设计标准》（GB50033-2013）；
- (7) 《建筑物防雷设计规范》（GB50057-2010）；
- (8) 《建筑结构荷载规范》（GB50009-2012）；
- (9) 《建筑工程抗震设防分类标准》（GB50223-2008）；
- (10) 《建筑抗震设计规范》（GB50011-2010（2016年版））
- (11) 《冷库设计规范》（GB 50072-2010）。

3、建筑地基

4、建筑结构

5、抗震设计

6、施工能力

二、公辅工程方案

1、给排水系统

2、排水系统

3、电气系统

4、消防系统

第八章 项目管理及劳动定员

第一节 项目建设管理制度

根据工程建设项目的特点及国际国内工程建设的发展要求，该项目拟实行项目法人负责制度、工程建设招投标制度、工程建设监理制度等组织管理形式。

一、严格执行项目法人制度

二、严格执行招投标制度

三、严格执行监理制度

四、严格执行竣工验收制度

五、严格执行基本建设财务管理制度

第二节 项目组织管理

第三节 劳动定员和人员培训

一、劳动定员方案

二、员工来源及招聘方案

三、人员培训

第九章 项目周期计划及招投标

第一节 基本要求

本项目的建设实施，投入大、标准高、涉及面广、问题繁多，在项目建设过程中，必须要结合建设条件，发挥建设单位和技术协作单位各自的优势，加强工程管理，科学合理地组织施工，确保工程有序进行，以节省投资，加快进度，争取早开工，早完成，早见效益。在经营当中要注意根据市场变化，不断学习、不断创新，时刻保持经营的活力。

第二节 项目实施进度

本项目整体周期约***个月，包含前期筹备和一二三期工程建设。

第一阶段（2022年5月-2022年12月）：.....；

第二阶段（2022年12月-2023年3月）：.....；

第三阶段（2023年3月-2025年12月）：.....。

项目的筹备过程中，建议项目实施单位抓紧前期准备工作，争取缩短时间。在项目方案可研报告编制和审批过程中，把项目配套资金的筹措与管理贯穿于工程全过程，确保项目的实施进度按计划落实并顺利完成。

第三节 工程招投标方案

一、编制依据

- 1、《中华人民共和国招标投标法》（2017年修正）；
- 2、《中华人民共和国招标投标法实施条例》（2019年修正）；

- 3、《必须招标的工程项目规定》（国函〔2018〕56号）；
- 4、《工程建设项目自行招标试行办法》（2013年修订版）；
- 5、《工程建设项目可行性研究报告增加招标内容和核准招标事项暂行规定》；
- 6、国办发[2000]34号文《关于国务院有关部门实施招标投标活动行政监督的职责分工的意见》。

根据《必须招标的工程项目规定》要求：文件规定范围内的各类工程建设项目，达到下列标准之一的，必须进行招标：

- 1、施工单项合同估算价在 400 万元人民币以上；
- 2、重要设备、材料等货物的采购，单项合同估算价在 200 万元人民币以上；
- 3、勘察、设计、监理等服务的采购，单项合同估算价在 100 万元人民币以上。同一项目中可以合并进行的勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购，合同估算价合计达到前款规定标准的，必须招标。

因此，本项目必须进行招标。

二、招标范围

对工程的勘察、设计、监理、施工以及重要材料采购等采取招标方式确定。

三、招投标程序

1、招标

鉴于本项目法人单位目前尚不具备自行招标所需具备的编制招标文件和组织评标的能力，该项目的招标活动委托给依法设立、从事招标代理业务并提供相关服务的招标代理机构。但同时招标之前，项目承建公司应初步拟定招标范围和初步方案，其主要内容包括：报价人须知、用户需求、合同样本、报价文件格式、评分办法、标底等。具体程序如下：

本项目按照国家有关规定先履行项目审批手续，取得批准后委托招标代理机构进行公开招标。

招标人在市级指定媒体发布招标公告。公告应当载明招标人名称和地址，招标项目的性质、数量、实施地点和时间以及获取招标文件的办法等事项。

本项目的招标文件包括招标项目的技术要求、对投标人资格审查的标准，投标报价要求和评标标准等所有实质性要求和条件以及拟签订合同的主要条款。

组织潜在投标人踏勘项目现场。

本项目的招标文件开始发出之日起至投标人提交投标文件截止之日，最短不得少于二十日。招标基本情况具体内容详见下表：

图表 54：项目招标基本情况表

项目名称	招标范围		招标组织形式		招标方式		备注
	全部招标	部分招标	自行招标	委托招标	公开招标	邀请招标	
勘察							
设计							
建筑工程							
监理							

2、投标

3、开标、评标和中标

第十章 项目投资估算

第一节 估算范围

本报告仅进行一期项目的投资估算，一期项目投资估算范围包括：工程费用（含建筑工程费用、设备及安装费用）、工程建设其他费用、预备费用和流动资金。

第二节 估算依据

根据项目承建公司规划和行业情况，并原则上根据中国财政部颁布的会计准则、会计制度和有关的法律规定，对本项目进行有关的财务预测。在具体操作时遵循谨慎性及重要性原则，对预测期间费用、预测成本报表、预测损益表和预测现金流量表做了一定的合并和处理。为了保证预测的客观性和真实性，对预测数据都采取了多种途径的测算和验证，从而确保了评价结果的可信度。

本预测中各种数据比例，是通过调查国内及国外该行业的有关资料，并通过分析统计，制定出的相关比例，具有宏观性和满足统计规律的特点。在本项目的预测中，能够比较好地、大致地反映项目的收益价值状况，但在项目具体实施的过程中，还有大量的、次要的不确定因素，甚至有时还会出现重大的偶然因素，这些因素都会影响到该项目的收益，所以，具体实施可能与本预测存在一定的差异是正常的。

主要依据：

- 1、国家发改委、建设部颁布的《建设项目经济评价方法与参考（第三版）》。
- 2、《投资项目可行性研究指南》（中国电力出版社出版）。
- 3、国家和有关部门颁布的有关投资的政策、法规。
- 4、项目投资相关数据资料。

第三节 编制说明

- 1、建筑工程费用：根据建筑结构形式，结合当地工程施工市场材料、人工成本估算。
- 2、设备费用：根据项目需求情况，结合当地设备厂商报价估算。
- 3、工程建设其它费用：根据国家有关规定和当地实际情况估算。

第四节 项目总投资估算

一、总投资

经测算，一期项目总投资***万元，其中建设投资***万元，流动资金***万元。

图表 55：一期项目总投资估算表

序号	项目	合计	占总投资比例
1	固定资产投资		
1.1	建设投资		
1.1.1	工程费用		
1.1.1.1	建筑工程费		
1.1.1.2	设备购置费		
1.1.1.3	安装工程费		
1.1.2	工程建设其他费用		
1.1.3	预备费用		
1.2	建设期利息		
2	流动资金		
3	总计		

二、工程费用

一期项目工程费用包括各建筑物建筑工程、装修工程、给排水工程、强弱电工程、消防工程等，以及设备和室外工程。项目工程费用共计***万元，其中，建筑工程费***万元，设备购置安装费***万元。

图表 56：一期项目工程费用一览表

序号	项目或费用名称	估算金额（万元）				合计 万元
		建筑工程费	设备费用	安装费用	其他费用	
1	主体工程					
1.1	生产车间					
1.1.1	冷冻库					
1.1.2	其余区域					
1.2	配套设施					
1.2.1	变配电室（站）					
1.2.2	设备维修间					
1.2.3	办公楼、食堂、澡堂					
1.2.4	化验室					
1.2.5	门卫室					
2	室外工程					
2.1	绿化面积					
2.2	地上停车场					
2.3	道路硬化					

三、工程建设其他费用

图表 57：一期项目工程建设其他费用一览表

序号	费用名称	费用金额（万元）
1	建设单位管理费	
2	工程建设监理费	
3	工程设计费	
4	勘察费	
5	前期工作咨询费	
6	环境影响评价费	
7	场地准备及临时设施费	
8	生产准备费	
9	办公及生活家具购置费	
10	工程保险费	
11	招投标代理服务费	

四、预备费

第五节 资金筹措

要保证本项目建设按计划完成，首先应落实资金计划筹措。具体措施如下：

- 1、及时准确编报项目资金使用计划。
- 2、切实做好项目年度资金计划的落实工作。

3、项目资金计划落实后，及时划拨到专用基建账户。

本项目总投资共计.....。

第十一章 项目经济效益分析

第一节 评价依据

一、遵循的有关法规

- 1、《企业财务通则》
- 2、《建设项目经济评价方法与参数》
- 3、《投资项目经济评估指南》
- 4、所得税及其他有关税种按当地税务法规计取
- 5、其他有关法规文件及相关资料

二、基础数据和说明

1、本报告仅进行一期项目的经济效益分析，按一次建成投入运营进行各项财务指标计算；

2、一期项目测算期按 10 年计算，实际运营年限远大于测算期；

3、项目经营收入、原材料、燃料动力等主要数据为***市市场价格初步估算；

4、基准收益率按 12% 计算。

5、税收政策：根据《财政部、税务总局、海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部、税务总局、海关总署公告 2019 年第 39 号），本项目购进为农产品，销售为农产品加工产品，适用 9% 的增值税率。

第二节 营业收入测算

根据市场调研，结合公司历史食品销售情况，一期项目生产产品的定价如下表所示。

图表 58：一期项目产品产能及定价

序号	产品	年产量	单位	单价	单位
一	集团内部市场				
1	预包装高温肉类制品		吨		万元/吨
2	低温肉类食品制品		吨		万元/吨
3	集团福利肉类制品		吨		万元/吨
4	主食产品		万个		元/个

序号	产品	年产量	单位	单价	单位
5	切割生鲜肉类		吨		万元/吨
二	外部市场				
1	预包装高温肉类制品		吨		万元/吨
2	低温肉类食品制品		吨		万元/吨
4	主食产品		万个		元/个

考虑到产能爬坡和市场拓展进度，运营第一年按 50%达产率、第二年按 70% 达产率、第三年按 90%达成率、至第四年满负荷运营计算；肉类产品考虑肉价变化趋势，按每年 3%的涨幅提升定价。

经测算，一期项目测算期内年均实现***万元营业收入，详见附表《项目营业收入测算表》。

第三节 成本费用测算

一、原辅材料费用

根据市场调研，结合海天公司历史原材料采购情况，一期项目原辅材料的采购价如下表所示。

图表 59：一期项目原辅材料达产用量及采购价

序号	产品	年用量	单位	采购价	单位
1	生鲜肉类		吨		万元/吨
2	面粉		吨		万元/吨
3	食用油		吨		万元/吨
4	调味品		吨		万元/吨
5	包装材料				
5.1	礼品盒		万个		元/个
5.2	铝箔包装袋		万个		元/个
5.3	普通包装袋		万个		元/个

生鲜肉类考虑肉价变化趋势，按每年 3%的涨幅提升采购价格；调味品按每年 4%的涨幅提升采购价格；其他品类属于价格稳定型原辅材料，不做涨价调整；其他原辅材料按照营收的 7%计提。

经测算，一期项目测算期内年均原辅材料费用***万元。

二、动力燃料费用

三、人力成本

四、运输费用

五、其他费用

六、折旧及摊销费

七、总成本

经测算，一期项目测算期内年均总成本支出***万元，年均经营成本为***万元。

第四节 利润测算

利润总额=营业收入-税金及附加-总成本费用+补贴收入

净利润=利润总额-所得税

企业所得税按 25%税率计算，法定盈余公积金按税后利润的 10%进行计提。

经测算，一期项目测算期内年均利润总额***万元，年均净利润***万元，年均净利润率为***。

年均可供股东分配的利润为***万元，.....

第五节 财务效益分析

一、项目内部收益率 FIRR

项目的财务内部收益率（FIRR）系指能使项目在计算期内净现金流量现值累计等于零时的折现率，即 FIRR 作为折现率使下式成立：

$$\sum_{t=1}^n (CI - CO)_t (1 + FIRR)^{-t} = 0$$

式中：CI——现金流入量；

CO——现金流出量；

(CI-CO)_t——第 t 年的净现金流量；

n——计算期。

经对项目投资现金流量表进行分析计算，所得税前项目投资财务内部收益率为***%，所得税后项目投资财务内部收益率为***%，高于项目设定基准收益率或行业基准收益率（ic=12%）。

二、项目投资回收期 P_t

项目投资回收期系指以项目的净收益回收项目投资所需要的时间，一般以年为单位。项目投资回收期可采用下式计算：

$$P_t = T - 1 + \frac{\left| \sum_{i=1}^{T-1} (CI - CO)_i \right|}{(CI - CO)_T}$$

式中：T——各年累计净现金流量首次为正值或零的年数。

经计算，项目所得税前静态投资回收期为***年（不含建设期），动态投资回收期为***年（不含建设期）；所得税后静态投资回收期为***年（不含建设期），动态投资回收期为***年（不含建设期），均在项目运营期内，项目抗风险能力较强。

三、海天公司投资回收期

海天公司的投资回收期指海天公司所得到的净收益回收海天公司投资投入所需要的时间，计算逻辑与项目投资回收期一致。

海天公司的净收益为所分配利润减去利息支出，海天公司年均可分配利润为***万元；海天公司贷款***万元，贷款年利率为***，还款年限***年，按照等额本息支付，还款期内年均支付利息***万元。

经计算，海天公司所得税后静态投资回收期为***年（不含建设期），动态投资回收期为***年（不含建设期）。

第六节 项目盈亏平衡分析

本项目生产能力的盈亏平衡计算如下：

生产能力利用率（%） $BEP = \frac{\text{年固定总成本}}{\text{（年营业收入 - 年可变总成本 - 年营业税金及附加）}} \times 100\% = ***\%$

即本项目实际产能可达到项目预估产能的***%时，即可满足收支平衡。因此，项目运营期市场抗风险能力较强。

第七节 财务评价结论

经测算，一期项目年均实现营业收入***万元，净利润***万元，海天公司年

均可分配利润为***万元，预计***年可收回投资。

从财务指标可以看出，项目各项财务指标处于合理状态，项目盈利能力良好。计算期内各年经营活动现金流入均大于现金流出；从经营活动、投资活动、筹资活动全部净现金流量看，营运期各年现金流入均大于现金流出，累计盈余资金逐年增加，项目具备财务生存能力。

第十二章 项目风险分析及控制措施

第一节 工程风险分析及控制

本项目投资规模较大，在项目的建设过程中，配套系统及设施价格的变动，将造成项目投资的变动；承包商的设计预算误差可能导致资金预算不够；同时承包商的选择和施工可能带来一定的工程质量缺陷或工期的延误。

防范措施：

1. 项目单位、设计单位、承包商预计专家讨论，做好项目的前期决策论证工作，参考同类项目价格，采用市场公开招标的方式选择承包商。
2. 采用风险回避策略，完善设计图纸，请专业造价公司做出尽可能准确的设计方案和预算。
3. 实施质量监督管理，严把质量关，同时在保证施工质量的前提下，尽量节约成本，加快施工进度。
4. 加强项目前期可行性研究，压实预算管理，严格按照预算开展工程建设，确保如期完工。

第二节 资金管理风险分析及控制

本项目拟采用政府和公司股权注资方式开展建设，.....。

防范措施：

第三节 食品安全风险及防范措施

项目主要面向集团、企业进行肉禽类和主食类预制食品的生产、销售和配送，产品属于日常消费品，产品质量与消费者的身体健康息息相关。

.....。

防范措施：

1. 高度重视食品安全，建立严格的食品安全控制制度和全流程追溯系统，

保障食品流通环节的安全。

2. 建立完善的供应商准入制度，从源头保障原材料的健康卫生。

.....

第四节 营销风险分析及控制

第五节 市场竞争风险分析及控制

第六节 不可抗力风险分析及控制

第十三章 结论及建议

第一节 建设项目可行性研究结论

第二节 建设项目可行性研究建议

尚普华泰咨询各地联系方式

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 15130178036

山东分公司：山东省济南市历下区东环国际广场 A 座 11 层

联系电话：0531-61320360 13678812883

天津分公司：天津市和平区南京路 189 号津汇广场二座 29 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：025-58864675 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沣惠南路 16 号泰华金贸国际第 7 幢 1

单元 12 层

联系电话：029-63365628 15114808752

广东分公司：广东省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

深圳分公司：深圳市福田区金田路 3038 号现代国际大厦 11 栋 11 层

联系电话：0755-23480530 18566612390

重庆分公司：重庆市渝中区民族路 188 号环球金融中心 12 层

联系电话：023-67130700 18581383953

浙江分公司：浙江省杭州市上城区西湖大道一号外海西湖国贸大厦 15 楼

联系电话：0571-87215836 13003685326

湖北分公司：湖北省武汉市汉口中山大道 888 号平安大厦 21 层

联系电话：027-84738946 18163306806