

# 长治复合调味品项目 可行性研究报告

xx 有限责任公司

# 目录

第一章 行业发展分析 .....	8 .....
一、 复合调味品：未来市场空间大，仍处于快速发展阶段.....	8 .....
二、 复合化是未来趋势品类 .....	8 .....
三、 未来仍有望量价齐升，大行业有大能量 .....	9 .....
第二章 项目投资主体概况.....	.....
一、 公司基本信息 .....	11 .....
二、 公司简介.....	11 .....
三、 公司竞争优势 .....	12 .....
四、 公司主要财务数据 .....	13 .....
公司合并资产负债表主要数据 .....	13 .....
公司合并利润表主要数据 .....	13 .....
五、 核心人员介绍 .....	14 .....
六、 经营宗旨.....	15 .....
七、 公司发展规划 .....	15 .....
第三章 项目背景分析 .....	.....
一、 餐饮渠道：消费粘性强，空间更大 .....	20 .....
二、 市场集中度较低，仍有较大提升空间 .....	21 .....
三、 支持民营经济发展 .....	22 .....
四、 全力打造一流创新生态 .....	22 .....
第四章 项目基本情况 .....	.....
一、 项目名称及投资人 .....	23 .....

二、编制原则.....	23
三、编制依据.....	23
四、编制范围及内容 .....	24
五、项目建设背景 .....	24
六、结论分析.....	24
主要经济指标一览表 .....	25
 第五章 建筑工程方案分析.....	
一、项目工程设计总体要求 .....	27
二、建设方案.....	27
三、建筑工程建设指标 .....	29
建筑工程投资一览表 .....	29
 第六章 项目选址.....	
一、项目选址原则 .....	31
二、建设区基本情况 .....	31
三、积极融入双循环新发展格局.....	32
四、项目选址综合评价 .....	32
 第七章 SWOT 分析 .....	
一、优势分析（S） .....	33
二、劣势分析（W） .....	34
三、机会分析（O） .....	34
四、威胁分析（T） .....	35
 第八章 发展规划分析 .....	

一、 公司发展规划 .....	39 .....
二、 保障措施.....	42 .....
第九章 法人治理.....	
一、 股东权利及义务 .....	45 .....
二、 董事.....	49 .....
三、 高级管理人员 .....	52 .....
四、 监事.....	54 .....
第十章 劳动安全生产分析.....	
一、 编制依据.....	55 .....
二、 防范措施.....	56 .....
三、 预期效果评价 .....	58 .....
第十一章 进度规划方案 .....	
一、 项目进度安排 .....	60 .....
项目实施进度计划一览表 .....	60 .....
二、 项目实施保障措施 .....	60 .....
第十二章 项目节能分析 .....	
一、 项目节能概述 .....	62 .....
二、 能源消费种类和数量分析.....	62 .....
能耗分析一览表.....	63 .....
三、 项目节能措施 .....	63 .....
四、 节能综合评价 .....	64 .....

第十三章 项目环境保护 .....	
一、 编制依据.....	65 .....
二、 环境影响合理性分析 .....	66 .....
三、 建设期大气环境影响分析.....	67 .....
四、 建设期水环境影响分析 .....	69 .....
五、 建设期固体废弃物环境影响分析.....	69 .....
六、 建设期声环境影响分析 .....	69 .....
七、 环境管理分析 .....	70 .....
八、 结论及建议.....	71 .....
第十四章 投资估算 .....	
一、 投资估算的依据和说明 .....	73 .....
二、 建设投资估算 .....	74 .....
建设投资估算表.....	76 .....
三、 建设期利息.....	76 .....
建设期利息估算表.....	77 .....
固定资产投资估算表 .....	77 .....
四、 流动资金.....	78 .....
流动资金估算表.....	78 .....
五、 项目总投资.....	79 .....
总投资及构成一览表 .....	79 .....
六、 资金筹措与投资计划 .....	80 .....
项目投资计划与资金筹措一览表.....	80 .....
第十五章 经济效益评价 .....	

一、基本假设及基础参数选取.....	81.....
二、经济评价财务测算.....	81.....
营业收入、税金及附加和增值税估算表.....	81.....
综合总成本费用估算表.....	82.....
利润及利润分配表.....	83.....
三、项目盈利能力分析.....	84.....
项目投资现金流量表.....	85.....
四、财务生存能力分析.....	86.....
五、偿债能力分析.....	86.....
借款还本付息计划表.....	87.....
六、经济评价结论.....	87.....
第十六章 招标、投标.....	
一、项目招标依据.....	88.....
二、项目招标范围.....	88.....
三、招标要求.....	88.....
四、招标组织方式.....	88.....
五、招标信息发布.....	88.....
第十七章 风险防范.....	
一、项目风险分析.....	90.....
二、项目风险对策.....	91.....
第十八章 项目综合评价.....	
第十九章 附表附件.....	

营业收入、税金及附加和增值税估算表.....	96.....
综合总成本费用估算表 .....	96.....
固定资产折旧费估算表 .....	97.....
无形资产和其他资产摊销估算表.....	97.....
利润及利润分配表.....	98.....
项目投资现金流量表 .....	98.....
借款还本付息计划表 .....	99.....
建设投资估算表.....	100.....
建设投资估算表.....	100.....
建设期利息估算表.....	101.....
固定资产投资估算表 .....	101.....
流动资金估算表.....	102.....
总投资及构成一览表 .....	103.....
项目投资计划与资金筹措一览表.....	103.....

本期项目是基于公开的产业信息、市场分析、技术方案等信息，并依托行业分析模型而进行的模板化设计，其数据参数符合行业基本情况。本报告仅作为投资参考或作为学习参考模板用途。

## 第一章 行业发展分析

### 一、复合调味品：未来市场空间大，仍处于快速发展阶段

复合调味品市场规模快速增长。复合调味品指由两种或两种以上调味品经过加工形成的复合性调味品。随着居民生活水平的提升和收入增长带来的消费升级趋势，我国复合调味品快速增长，市场规模从2011年的432亿元增至2020年的1440亿元，10年CAGR为14.31%。在复合调味品细分品类中，鸡精、火锅底料、西式复合调味品和中式复合调味品占比较高，分别为28%、21%、19%、18%，其中中式复合调味品和火锅底料增速最快。

我国复合调味品人均支出快速增长，渗透率仍有待提高。我国复合调味品人均支出持续提升，2015年达到54.6元/人，预计2020年将达到110元/人，5年CAGR达15%，并有望延续增长态势。从渗透率来看，我国复合调味品渗透率仅为26%，远低于美日韩等国，其中美国最高达73%。由于我国与日韩两国饮食习惯有一定相似，因此随着生活节奏的加快以及居民消费水平的提高，未来中国复合调味品仍有巨大提升空间。

火锅调味料快速发展，整体市场较为分散。随着人们对味蕾刺激的要求不断提升，爱吃辣成为最近几年餐饮业的普遍现象，火锅调味料作为复合调味品新晋的最大分类，发展迅速，市场规模从2011年的156亿元增至2020年的560亿元，10年CAGR为15.28%，增速有望持续。从市场占有率情况来看，由于准入门槛较低，我国火锅底料市场仍较为分散，充斥着许多作坊式的小型企业。其中红久久市占率最高，达9.2%，颐海国际、天味、德庄分别占比约7.9%、7.0%、4.1%。颐海国际在中高端火锅底料市场占有率较高，达35%。

### 二、复合化是未来趋势品类

我国复合调味品仍处在导入期，未来发展有望提速。前面在复合调味品章节中提到我国复合调味品快速增长，2020年市场规模达到



1440 亿元，2011-2020 年 CAGR 为 14.31%，是调味品类别中增长较快的一类。根据国外调味品发展历程，调味品发展趋势将从单一向复合转变，对比国外，我国复合调味品不论是渗透率还是人均支出均有较大差异，还处在导入期，因此调味品的复合化将成为未来主要发展趋势。

火锅业的兴盛和快速发展，将推动复合调味品发展。火锅作为我国最受欢迎的餐饮之一，在菜系的市占率排名中位居第一，火锅市场的占比业持续提升，2020 年达到 13.7%。目前全国已经有超过 60 万家火锅店，火锅业的发展极大促进了复合调味品中细分类别火锅底料的需求，同时火锅和川菜还需要诸如蚝油、鸡精、豆瓣酱等其他复合调味料，因此将推动调味品向复合化发展。

### 三、未来仍有望量价齐升，大行业有大能量

收入增长以及消费升级为调味品行业家庭端的需求提供有力支撑。稳定的消费需求是调味品行业规模得以发展的核心驱动力。虽然遭受疫情影响，我国居民收入水平仍保持正增长，城镇居民人居可支配收入从 2010 年的 19109 元增至 2020 年为 43834 元，10 年 CAGR 为 8.66%；2020 年城镇居民在食品类的人均消费性支出为 7881 元，同比增长 1.91%。食品消费支出仍占收入比重的最主要部分，2020 年占比达 17.98%。收入的增长为调味品行业提供持续增长的动力。

随着疫情持续好转，餐饮业的复苏将带动调味品行业需求增长。疫情发生之前，我国餐饮业一直保持着较高的发展速度，2020 年餐饮行业受到疫情影响较重，实现收入 3.95 万亿元，同比下降 15.42%。如剔除 2020 年的特殊情况，2012-2019 年 CAGR 为 10.5%，维持较高增速。餐饮业企业数量在 2013 年有较大增长，随后几年略有波动，总体较为稳定，2019 年共 29918 家餐饮企业。餐饮业对调味品需求巨大，特别是需求标准化、高质量的调味品。随着疫情持续好转，餐饮业必将迎来复苏，有望为调味品行业带来稳定需求增量。

我国餐饮业连锁化水平低，连锁化趋势持续提升。我国拥有丰富的餐饮习惯，各种特色店、街边店层出不穷，餐饮业连锁化率一直处于较低位置。2020 年我国餐饮业连锁化率为 15%，虽然近几年连锁化

率增长较快，仍远低于美国的 53.3%和日本的 48.9%，较低的连锁化率为连锁企业发展提供了广阔的空间。随着经济的发展和居民收入的提高，消费者对餐饮品牌和口味提出更高的要求，因此连锁餐饮企业的快速发展成为必然。我国连锁餐饮企业不断增加，2020 年总门店数达到 37217 家，平均门店数为 75 家，逐渐形成规模效应，提供标准化和高水准的服务。连锁餐饮企业的增长，对标准化甚至特色化的调味品具有一定要求，而龙头企业拥有规模化和技术产品优势，可以通过标准化的定制向连锁企业提供调味品，满足不同餐饮企业的需求，连锁化率的提升有助于调味品在餐饮渠道扩容从而拉动调味品的需求提升。

“宅、懒”经济和外卖的快速崛起为调味品带来增量需求。互联网特别是移动互联网的迅速发展，催生了“懒”、“宅”文化和经济。2018 年我国“懒”、“宅”人群分别达到了 13551、83498 万人，形成了庞大的消费群体。懒宅网民更倾向于点外卖或者单位/学校食堂吃饭，也催生了外卖行业的快速发展。我国外卖行业发展迅速，随着美团、饿了么的成立，短短几年时间，外卖行业已经发展出高达 7000 亿元的市场规模。

2019 年外卖行业收入 6536 亿元，同比增长 39%。外卖用户规模达 3.98 亿人，网民使用率达 44%。虽然外卖行业整体增速有所放缓，仍处在较高的发展阶段。外卖为了能够更好的刺激消费者味蕾，其中的调味品添加量往往是家庭消费的数倍，外卖行业的快速增长能够有效增加调味品的需求。

## 第二章 项目投资主体概况

### 一、公司基本信息

- 1、公司名称：xx 有限责任公司
- 2、法定代表人：许 xx
- 3、注册资本：760 万元
- 4、统一社会信用代码：XXXXXXXXXXXXXXXX
- 5、登记机关：xxx 市场监督管理局
- 6、成立日期：2011-5-22
- 7、营业期限：2011-5-22 至无固定期限
- 8、注册地址：xx 市 xx 区 xx
- 9、经营范围：从事复合调味品相关业务（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

### 二、公司简介

当前，国内外经济发展形势依然错综复杂。从国际看，世界经济深度调整、复苏乏力，外部环境的不稳定不确定因素增加，中小企业外贸形势依然严峻，出口增长放缓。从国内看，发展阶段的转变使经济发展进入新常态，经济增速从高速增长转向中高速增长，经济增长方式从规模速度型粗放增长转向质量效率型集约增长，经济增长动力从物质要素投入为主转向创新驱动为主。新常态对经济发展带来新挑战，企业遇到的困难和问题尤为突出。面对国际国内经济发展新环境，公司依然面临着较大的经营压力，资本、土地等要素成本持续维持高位。公司发展面临挑战的同时，也面临着重大机遇。随着改革的深化，新型工业化、城镇化、信息化、农业现代化的推进，以及“大众创业、万众创新”、《中国制造 2025》、“互联网+”、“一带一路”等重大战

略举措的加速实施，企业发展基本面向好的势头更加巩固。公司将把握国内外发展形势，利用好国际国内两个市场、两种资源，抓住发展机遇，转变发展方式，提高发展质量，依靠创业创新开辟发展新路径，赢得发展主动权，实现发展新突破。

公司全面推行“政府、市场、投资、消费、经营、企业”六位一体合作共赢的市场战略，以高度的社会责任积极响应政府城市发展号召，融入各级城市的建设与发展，在商业模式思路上领先业界，对服务区域经济社会的发展做出了突出贡献。

### 三、公司竞争优势

#### （一）自主研发优势

公司在各个细分领域深入研究的同时，通过整合各平台优势，构建全产品系列，并不断进行产品结构升级，顺应行业一体化、集成创新的发展趋势。通过多年积累，公司产品性能处于国内领先水平。

公司多年来坚持技术创新，不断改进和优化产品性能，实现产品结构升级。公司结合国内市场客户的个性化需求，不断升级技术，充分体现了公司的持续创新能力。

在不断开发新产品的过程中，公司已有多项产品均为国内领先水平。在注重新产品、新技术研发的同时，公司还十分重视自主知识产权的保护。

#### （二）工艺和质量控制优势

公司进口大量设备和检测设备，有效提高了精度、生产效率，为产品研发与确保产品质量奠定了坚实的基础。此外，公司是行业内较早通过 ISO9001 质量体系认证的企业之一，公司产品根据市场及客户需要通过了产品认证，表明公司产品不仅满足国内高端客户的要求，而且部分产品能够与国际标准接轨，能够跻身于国际市场竞争中。在日常生产中，公司严格按照质量体系管理要求，不断完善产品的研发、生产、检验、客户服务等流程，保证公司产品质量的稳定性。

#### （三）产品种类齐全优势

公司不仅能满足客户对标准化产品的需求，而且能根据客户的个

性化要求，定制生产规格、型号不同的产品。公司齐全的产品系列，完备的产品结构，能够为客户提供一站式服务。对公司来说，实现了对具有多种产品需求客户的资源共享，拓展了销售渠道，增加了客户粘性。

公司产品价格与国外同类产品相比有较强性价比优势，在国内市场起到了逐步替代进口产品的作用。

#### （四）营销网络及服务优势

根据公司产品服务的特点、客户分布的地域特点，公司营销覆盖了华南、华东、华北及东北等下游客户较为集中的区域，并在欧美、日本、东南亚等国家和地区初步建立经销商网络，及时了解客户需求，为客户提供贴身服务，达到快速响应的效果。

公司拥有一支行业经验丰富的销售团队，在各区域配备销售人员，建立从市场调研、产品推广、客户管理、销售管理到客户服务的多维度销售网络体系。公司的服务覆盖产品服务整个生命周期，公司多名销售人员具有研发背景，可引导客户的技术需求并为其提供解决方案，为客户提供及时、深入的专业技术服务与支持。

公司与经销商互利共赢，结成了长期战略合作伙伴关系，公司经销网络较为稳定，有利于深耕行业和区域市场，带动经销商共同成长。

#### 四、公司主要财务数据

公司合并资产负债表主要数据

项目	2020年12月	2019年12月	2018年12月
资产总额	3424.46	2739.57	2568.35
负债总额	1438.86	1151.09	1079.14
股东权益合计	1985.60	1588.48	1489.20

公司合并利润表主要数据

项目	2020年度	2019年度	2018年度
----	--------	--------	--------

营业收入	7484.99	5987.99	5613.74
营业利润	1551.54	1241.23	1163.65
利润总额	1393.64	1114.91	1045.23
净利润	1045.23	815.28	752.57
归属于母公司所有者的净利润	1045.23	815.28	752.57

## 五、核心人员介绍

1、许 xx，中国国籍，无永久境外居留权，1958 年出生，本科学历，高级经济师职称。1994 年 6 月至 2002 年 6 月任 xxx 有限公司董事长；2002 年 6 月至 2011 年 4 月任 xxx 有限责任公司董事长；2016 年 11 月至今任 xxx 有限公司董事、经理；2019 年 3 月至今任公司董事。

2、雷 xx，中国国籍，1977 年出生，本科学历。2018 年 9 月至今历任公司办公室主任，2017 年 8 月至今任公司监事。

3、唐 xx，中国国籍，无永久境外居留权，1971 年出生，本科学历，中级会计师职称。2002 年 6 月至 2011 年 4 月任 xxx 有限责任公司董事。2003 年 11 月至 2011 年 3 月任 xxx 有限责任公司财务经理。2017 年 3 月至今任公司董事、副总经理、财务总监。

4、赵 xx，1957 年出生，大专学历。1994 年 5 月至 2002 年 6 月就职于 xxx 有限公司；2002 年 6 月至 2011 年 4 月任 xxx 有限责任公司董事。2018 年 3 月至今任公司董事。

5、尹 xx，中国国籍，1976 年出生，本科学历。2003 年 5 月至 2011 年 9 月任 xxx 有限责任公司执行董事、总经理；2003 年 11 月至 2011 年 3 月任 xxx 有限责任公司执行董事、总经理；2004 年 4 月至 2011 年 9 月任 xxx 有限责任公司执行董事、总经理。2018 年 3 月起至今任公司董事长、总经理。

6、韩 xx，中国国籍，无永久境外居留权，1959 年出生，大专学历，高级工程师职称。2003 年 2 月至 2004 年 7 月在 xxx 股份有限公司兼任技术顾问；2004 年 8 月至 2011 年 3 月任 xxx 有限责任公司总工程师

师。2018年3月至今任公司董事、副总经理、总工程师。

7、肖 xx，中国国籍，1978年出生，本科学历，中国注册会计师。2015年9月至今任 xxx 有限公司董事、2015年9月至今任 xxx 有限公司董事。2019年1月至今任公司独立董事。

8、蔡 xx，中国国籍，无永久境外居留权，1961年出生，本科学历，高级工程师。2002年11月至今任 xxx 总经理。2017年8月至今任公司独立董事。

## 六、经营宗旨

公司通过整合资源，实现产品化、智能化和平台化。

## 七、公司发展规划

### （一）发展计划

#### 1、发展战略

作为高附加值产业的重要技术支撑，正在转变发展思路，由“高速增长阶段”向“高质量发展”迈进。公司顺应产业的发展趋势，以“科技、创新”为经营理念，以技术创新、智能制造、产品升级和节能环保为重点，致力于构造技术密集、资源节约、环境友好、品质优良、持续发展的新型企业，推进公司高质量可持续发展。

#### 2、经营目标

目前，行业正在从粗放式扩张阶段转向高质量发展阶段，公司将进一步扩大高端产品的生产能力，抓住市场机遇，提高市场占有率；进一步加大研发投入，注重技术创新，提升公司科技研发能力；进一步加强环境保护工作，积极开发应用节能减排染整技术，保持清洁生产和节能减排的竞争优势；进一步完善公司内部治理机制，按照公司治理准则的要求规范公司运行，提升运营质量和效益，努力把公司打造成为行业的标杆企业。

### （二）具体发展计划

#### 1、市场开拓计划

公司将在巩固现有市场基础上，根据下游行业个性化、多元化的消费特点，以新技术新产品为支撑，加快市场开拓步伐。主要计划如下：

(1) 密切跟踪市场消费需求的变化，建立市场、技术、生产多部门联动机制，提高公司对市场变化的反应能力；

(2) 进一步完善市场营销网络，加强销售队伍建设，优化以营销人员为中心的销售责任制，激发营销人员的工作积极性；

(3) 加强品牌建设，以优质的产品和服务赢得客户，充分利用互联网宣传途径，扩大公司知名度，增加客户及市场对迎丰品牌的认同感；

(4) 在巩固现有市场的基础上，积极开拓新市场，推进省内外市场的均衡协调发展，进一步提升公司市场占有率。

## 2、技术开发计划

公司的技术开发工作将重点围绕提升产品品质、节能环保、知识产权保护等方面展开。公司将在现有专利、商标等相关知识产权的基础上，进一步加强知识产权的保护工作，将技术研发成果整理并进行相应的专利申请，通过对公司无形资产的保护，切实做好知识产权的维护。

为保证上述技术开发计划的顺利实施，公司将加大科研投入，强化研发队伍素质，创新管理机制和服务机制，积极参加行业标准的制定，不断提高企业的整体技术开发能力。

## 3、人力资源发展计划

培育、拥有一支有事业心、有创造力的人才队伍，是企业核心竞争力和可持续发展的原动力。随着经营规模的不断扩大，公司对人才的需求将更为迫切，人才对公司发展的支撑作用将进一步显现。为此，公司将重点做好以下工作：

(1) 加强人才的培养与引进工作，培育优秀技术人才、管理人才；

(2) 加强与高校间的校企人才合作，充分利用高校的人才优势和教育资源优势，开展技术合作和人才培养，全面提升技术人员的整体



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/568135130110007005>