

# 目录

第一章 项目概述.....	7.....
一、项目名称及项目单位 .....	7.....
二、项目建设地点 .....	7.....
三、可行性研究范围 .....	7.....
四、编制依据和技术原则 .....	7.....
五、建设背景、规模 .....	8.....
六、项目建设进度 .....	9.....
七、环境影响.....	9.....
八、建设投资估算 .....	9.....
九、项目主要技术经济指标 .....	9.....
主要经济指标一览表 .....	10.....
十、主要结论及建议 .....	11.....
第二章 项目背景及必要性.....	
一、电动牙刷行业发展概况 .....	12.....
二、行业特点及发展趋势 .....	12.....
三、打造特色产业体系,培育高质量发展新增长点 .....	14.....
四、全面深化改革,增强内生发展活力 .....	17.....
第三章 市场预测.....	
一、电动剃须刀行业发展概况.....	18.....
二、个护小家电行业竞争格局.....	18.....
第四章 产品方案.....	

一、建设规模及主要建设内容.....	21.....
二、产品规划方案及生产纲领.....	21.....
产品规划方案一览表 .....	21.....
第五章 建筑工程方案 .....	
一、项目工程设计总体要求 .....	23.....
二、建设方案.....	24.....
三、建筑工程建设指标 .....	24.....
建筑工程投资一览表 .....	25.....
第六章 发展规划.....	
一、公司发展规划 .....	26.....
二、保障措施.....	29.....
第七章 运营模式.....	
一、公司经营宗旨 .....	31.....
二、公司的目标、主要职责 .....	31.....
三、各部门职责及权限 .....	32.....
四、财务会计制度 .....	34.....
第八章 SWOT 分析说明 .....	
一、优势分析 (S) .....	39.....
二、劣势分析 (W ) .....	39.....
三、机会分析 (O) .....	40.....
四、威胁分析 (T) .....	40.....

第九章 组织架构分析 .....	
一、 人力资源配置 .....	45
劳动定员一览表.....	45
二、 员工技能培训 .....	45
第十章 项目实施进度计划.....	
一、 项目进度安排 .....	47
项目实施进度计划一览表 .....	47
二、 项目实施保障措施 .....	47
第十一章 环境保护方案 .....	
一、 编制依据.....	49
二、 建设期大气环境影响分析.....	50
三、 建设期水环境影响分析 .....	50
四、 建设期固体废弃物环境影响分析.....	51
五、 建设期声环境影响分析 .....	51
六、 环境管理分析 .....	51
七、 结论.....	54
八、 建议.....	54
第十二章 原辅材料分析 .....	
一、 项目建设期原辅材料供应情况.....	55
二、 项目运营期原辅材料供应及质量管理 .....	55
第十三章 投资估算 .....	

一、投资估算的编制说明 .....	56.....
二、建设投资估算 .....	56.....
建设投资估算表.....	57.....
三、建设期利息.....	57.....
建设期利息估算表.....	58.....
四、流动资金.....	58.....
流动资金估算表.....	59.....
五、项目总投资.....	59.....
总投资及构成一览表 .....	60.....
六、资金筹措与投资计划 .....	60.....
项目投资计划与资金筹措一览表.....	60.....
 第十四章 项目经济效益分析.....	
一、经济评价财务测算 .....	62.....
营业收入、税金及附加和增值税估算表.....	62.....
综合总成本费用估算表 .....	63.....
固定资产折旧费估算表 .....	63.....
无形资产和其他资产摊销估算表.....	64.....
利润及利润分配表.....	65.....
二、项目盈利能力分析 .....	66.....
项目投资现金流量表 .....	66.....
三、偿债能力分析 .....	67.....
借款还本付息计划表 .....	68.....
 第十五章 项目招投标方案.....	

一、项目招标依据 .....	69
二、项目招标范围 .....	69
三、招标要求.....	69
四、招标组织方式 .....	70
五、招标信息发布 .....	71
第十六章 总结分析 .....	
第十七章 补充表格 .....	
主要经济指标一览表 .....	73
建设投资估算表.....	74
建设期利息估算表.....	74
固定资产投资估算表 .....	75
流动资金估算表.....	75
总投资及构成一览表 .....	76
项目投资计划与资金筹措一览表.....	77
营业收入、税金及附加和增值税估算表.....	77
综合总成本费用估算表 .....	78
利润及利润分配表.....	79
项目投资现金流量表 .....	79
借款还本付息计划表 .....	80

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 项目概述

## 一、项目名称及项目单位

项目名称：潍坊口腔护理小家电项目

项目单位：xxx（集团）有限公司

## 二、项目建设地点

本期项目选址位于 xx（待定），占地面积约 40.00 亩。项目拟定建设区域地理位置优越，交通便利，规划电力、给排水、通讯等公用设施条件完备，非常适宜本期项目建设。

## 三、可行性研究范围

- 1、项目背景及市场预测分析；
- 2、建设规模的确定；
- 3、建设场地及建设条件；
- 4、工程设计方案；
- 5、节能；
- 6、环境保护、劳动安全、卫生与消防；
- 7、组织机构与人力资源配置；
- 8、项目招标方案；
- 9、投资估算和资金筹措；
- 10、财务分析。

## 四、编制依据和技术原则

### （一）编制依据

- 1、《中华人民共和国国民经济和社会发展“十三五”规划纲要》；
- 2、《建设项目经济评价方法与参数及使用手册》（第三版）；

- 3、《工业可行性研究编制手册》；
- 4、《现代财务会计》；
- 5、《工业投资项目评价与决策》；
- 6、国家及地方有关政策、法规、规划；
- 7、项目建设地总体规划及控制性详规；
- 8、项目建设单位提供的有关材料及相关数据；
- 9、国家公布的相关设备及施工标准。

## （二）技术原则

- 1、所选择的工艺技术应先进、适用、可靠，保证项目投产后，能安全、稳定、长周期、连续运行。
- 2、所选择的设备和材料必须可靠，并注意解决好超限设备的制造和运输问题。
- 3、充分依托现有社会公共设施，以降低投资，加快项目建设进度。
- 4、贯彻主体工程与环境保护、劳动安全和工业卫生、消防同时设计、同时建设、同时投产。
- 5、消防、卫生及安全设施的设置必须贯彻国家关于环境保护、劳动安全的法规和要求，符合行业相关标准。
- 6、所选择的产品方案和技术方案应是优化的方案，以最大程度减少投资，提高项目经济效益和抗风险能力。科学论证项目的技术可靠性、项目的经济性，实事求是地作出研究结论。

## 五、建设背景、规模

### （一）项目背景

根据捷孚凯（GFK）数据，国内冲牙器（不含配件）线上销量从2017年的60万台增至2020年的288万台，销售额则从2017年2.29亿元增至2020年的10.06亿元，预计到2021年，国内冲牙器线上销量、销售额将分别增至518万台和17.10亿元。

### （二）建设规模及产品方案

该项目总占地面积 26667.00 m<sup>2</sup>（折合约 40.00 亩），预计场区规划总建筑面积 51142.32 m<sup>2</sup>。其中：生产工程 37939.67 m<sup>2</sup>，仓储工程 5376.07 m<sup>2</sup>，行政办公及生活服务设施 3976.28 m<sup>2</sup>，公共工程 3850.30 m<sup>2</sup>。

项目建成后，形成年产 xx 套口腔护理小家电的生产能力。

## 六、项目建设进度

结合该项目建设的实际工作情况，xxx（集团）有限公司将项目工程的建设周期确定为 24 个月，其工作内容包括：项目前期准备、工程勘察与设计、土建工程施工、设备采购、设备安装调试、试车投产等。

## 七、环境影响

拟建项目的建设满足国家产业政策的要求，项目选址合理。项目建成所有污染物达标排放后，周围环境质量基本能够维持现状。经落实污染防治措施后，“三废”产生量较少，对周围环境的影响较小。因此，本项目从环保的角度看，该项目的建设是可行的。

## 八、建设投资估算

### （一）项目总投资构成分析

本期项目总投资包括建设投资、建设期利息和流动资金。根据谨慎财务估算，项目总投资 17546.88 万元，其中：建设投资 13794.25 万元，占项目总投资的 78.61%；建设期利息 382.01 万元，占项目总投资的 2.18%；流动资金 3370.62 万元，占项目总投资的 19.21%。

### （二）建设投资构成

本期项目建设投资 13794.25 万元，包括工程费用、工程建设其他费用和预备费，其中：工程费用 11619.48 万元，工程建设其他费用 1884.61 万元，预备费 290.16 万元。

## 九、项目主要技术经济指标

### （一）财务效益分析

根据谨慎财务测算，项目达产后每年营业收入 37300.00 万元，综合总成本费用 30118.05 万元，纳税总额 3479.56 万元，净利润 5247.41 万元，财务内部收益率 22.49%，财务净现值 6538.81 万元，全部投资回收期 5.82 年。

## （二）主要数据及技术指标表

主要经济指标一览表

序号	项目	单位	指标	备注
1	占地面积	m <sup>2</sup>	26667.00	约 40.00 亩
1.1	总建筑面积	m <sup>2</sup>	51142.32	
1.2	基底面积	m <sup>2</sup>	17066.88	
1.3	投资强度	万元/亩	324.49	
2	总投资	万元	17546.88	
2.1	建设投资	万元	13794.25	
2.1.1	工程费用	万元	11619.48	
2.1.2	其他费用	万元	1884.61	
2.1.3	预备费	万元	290.16	
2.2	建设期利息	万元	382.01	
2.3	流动资金	万元	3370.62	
3	资金筹措	万元	17546.88	
3.1	自筹资金	万元	9750.79	
3.2	银行贷款	万元	7796.09	
4	营业收入	万元	37300.00	正常运营年份
5	总成本费用	万元	30118.05	""
6	利润总额	万元	6996.55	""
7	净利润	万元	5247.41	""
8	所得税	万元	1749.14	""
9	增值税	万元	1545.02	""

10	税金及附加	万元	185.40	""
11	纳税总额	万元	3479.56	""
12	工业增加值	万元	11858.35	""
13	盈亏平衡点	万元	14750.29	产值
14	回收期	年	5.82	
15	内部收益率		22.49%	所得税后
16	财务净现值	万元	6538.81	所得税后

## 十、主要结论及建议

该项目的建设符合国家产业政策；同时项目的技术含量较高，其建设是必要的；该项目市场前景较好；该项目外部配套条件齐备，可以满足生产要求；财务分析表明，该项目具有一定盈利能力。综上，该项目建设条件具备，经济效益较好，其建设是可行的。

## 第二章 项目背景及必要性

### 一、电动牙刷行业发展概况

电动牙刷由瑞士医生 Philippe-GuyWoog 于 1954 年发明，主要由微型直流电机、刷头、电路板、可充电干电池等构成，通过电机的快速旋转或振动，使刷头发生转动或振动对口腔实现有效清洁。根据清洁原理的不同，电动牙刷分为旋转和振动两大类。旋转类电动牙刷通过电机驱动圆形刷头旋转，在执行普通牙刷动作的同时，加强刷头与牙面的摩擦效果；振动类电动牙刷则是通过电驱动的振动电机，带动刷头在垂直于刷柄的方向上高频振动，一方面完成传统刷牙动作清洁牙面，另一方面刷头高速振动使口腔中牙膏和水的混合物产生大量微小气泡，气泡破裂涌入清洁牙缝。

2012 年之前，由于国内居民口腔护理意识较弱、消费水平较低，以及电动牙刷的价格昂贵，电动牙刷仅在高端商场有所售卖，国内电动牙刷市场发展缓慢。

近年来由于居民收入不断增长、口腔护理意识增强以及电动牙刷产品质量、功能的不断优化，国内电动牙刷市场开始快速发展。

### 二、行业特点及发展趋势

#### 1、消费者结构年轻化、女性化推动行业快速发展

由于消费人群结构的分布以及消费能力的限制，过去国内个护小家电需求主要集中在电动剃须刀、电吹风等“刚需”属性较强的大众品类，消费者更加注重产品性价比。

近年来，“千禧一代”（1981-1994 年出生）、“Z 世代”（1995—2009 年出生）等年轻消费者以及女性消费者的消费能力不断提升，逐渐成为个护小家电产品的主力消费人群，推动个护小家电产品功能不断丰富、品类不断扩充，行业迎来快速发展。

“千禧一代”伴随国内经济和互联网高速发展而成长，偏好个人消费、线上购物，其对生活品质有更高追求且具备较强的消费能力，

对个护小家电品质和功能提出更高要求。“Z世代”成长于物质生活富足时代，且深受互联网以及即时通讯等科技产物的影响，接受个性化和新兴事物的意愿更强，追求设计更加精美、更具有时尚属性的个护小家电产品。

消费能力不断提升的女性消费者，也在个护小家电消费中占据更加重要的地位。根据 2019 年上半年的阿里数据，女性消费者占小家电线上消费的比重超过 60%，对新兴品牌和趋势品类的热衷度高于男性，为高品质产品、优秀消费体验支付高价格的意愿更强。女性消费者对体验、颜值方面需求的延伸和常态化，使得机身小巧轻便、做工精致以及使用时间灵活的个护小家电受到青睐。

消费者结构的年轻化和女性化，使得消费者对个护小家电产品从最初的刚需和改善性需求向着舒适便捷、时尚个性化消费需求转变。个护小家电不再仅是功能型产品，也成为消费者彰显个性、品味、时尚理念的载体，应用于不同场景下的细分个护小家电产品迎来快速发展。

## 2、主要通过线上渠道进行销售，且线上销售占比不断提升

个护小家电主要通过电商平台、直播带货等多种形式的线上渠道进行销售。与传统家电产品价格较高、安装复杂以及使用周期较长的特点不同，个护小家电产品单价低、体积小、使用周期较短、无需安装的产品属性，降低了产品试错成本，与线上销售渠道高度匹配，使得线上市场成为其主要销售渠道。年轻和女性消费者偏好高颜值、个性化的产品，线上市场提供更多样的产品选择以及更便捷的购物体验。

根据奥维云网（AVC）和捷孚凯（GFK）的数据，小家电的线上销售占比显著高于大家电产品，且线上销量占比不断提升，从 2015 年的 36%提升至 2019 年的 72%。

随着社交电商等新型电商消费渠道的日趋成熟，线上市场的多元化发展，为消费者提供更多样的产品选择以及更便捷的购物体验，这与年轻和女性消费者对高颜值、个性化产品的消费偏好高度适配。线上渠道的多元化将进一步提升提高个护小家电行业的交易效率，推动行业发展。

### 3、注重外观工艺和个性化设计，更新迭代速度快

主要通过线上渠道进行销售的个护小家电产品注重外观工艺和个性化设计。线上选购时，产品外观设计和产品颜值给予消费者最直观的印象和感受，是消费者决定是否购买的重要因素。外观工艺时尚精美、更具个性化设计的个护小家电更易获得消费者的青睐。个护小家电企业通过融合创新科技与细腻设计、开发 IP 联名设计款产品等多种方式，推出满足消费者需求的个护小家电产品。与传统家电产品相比，个护小家电产品的更新迭代速度更快。一方面，作为个护小家电的主力消费人群，年轻消费者、女性消费者对新事物、新潮流的尝新意愿以及审美潮流的更替速度均有所提升；另一方面，个护小家电的使用周期较短，更换频率更高，共同决定了个护小家电企业需要从材料技术、外观工艺、舒适环保等方面对产品进行更快地升级和迭代。

### 4、产品便捷度和智能化程度不断提升

随着消费人群工作、生活方式的转变，个护小家电产品的便捷度不断提升。由于差旅以及旅游频次的增加，消费者对个护小家电产品的便捷性提出更高要求，体积小巧、不占空间、便携程度高，兼顾居家和旅行的个护小家电产品得到白领、差旅人群的青睐。

个护小家电产品的智能化程度不断提升。诸如 IOT（物联网）技术、RF 射频技术、彩屏显示、智能化提醒功能等不断赋能个护小家电产品，在提升产品基础功能的同时，不断提升产品人性化和智能化程度。以电动牙刷为例，根据捷孚凯（GFK）数据，配备智能连接功能的电动牙刷销售额占比从 2015 年的 2.30% 提升至 2020 年的 15.20%。

## 三、打造特色产业体系,培育高质量发展新增长点

坚持以实体经济为着力点,扩大制造业发展优势,一体化推进龙头企业、配套园区、产业集群的培育和建设,打造具有国际竞争力的特色产业链,高标准建设全国高端制造业高地、国际动力城、区域性现代服务业中心城市。

1、加快改造提升传统产业。实施产业基础再造工程,开展“一业一策”传统产业改造提升行动,扩大技改规模,发挥机械装备、纺织服

装、海洋化工、造纸包装等传统产业规模优势、配套优势和市场优势,加快从加工制造向研发设计、品牌营销等环节延伸,推广服务型制造,推动传统产业高端化、智能化、绿色化转型。严格落实环保、质量、能耗、安全等行业标准和产业政策,依法依规倒逼落后产能加速退出。加快企业通过产能置换、指标交易、股权合作等方式兼并重组。优化重点产业链布局。

2、突破发展战略性新兴产业。实施新兴产业规模倍增工程,加强规划引领和政策支持,强化核心关键技术研发,加快发展高端智能装备、声光电、高能电池、前沿新材料、机器人、磁悬浮以及航空航天、海工装备、新能源汽车等产业,推动先进制造业集群发展,打造虚拟现实产业基地、生物基新材料产业基地、氢燃料电池汽车示范城市。加快培育壮大生物医药、精密铸造、医疗器械、增材制造等成长型产业,形成特色鲜明、优势互补、结构合理的“四新经济”增长引擎。培育平台经济、共享经济、体验经济、创意经济。

3、加快发展数字经济。把数字经济作为发展的重中之重,加快数字化赋能,推进数字产业化和产业数字化,培育工业互联网、物联网、大数据、云计算、地理信息、虚拟现实等数字产业集群。构建完善的5G生态圈,推进制造业、现代农业、现代服务业数字化转型,拓展数字经济发展空间。全面推进“数字潍坊”建设,加快规划建设市信息技术中心,统筹打造“城市大脑”,推动建设数字孪生城市,扩大城市治理、公共服务、政府运行等领域的智慧应用,提升医疗、教育、社保、养老、文旅、社区等数字化应用水平,力争达到省新型智慧城市五星级标准。

4、繁荣发展现代服务业。推动生产性服务业向专业化和价值链高端延伸,加快制造业企业向“生产+服务”转型,拓展工业设计、检验检测、生产管理、电子商务等服务功能。做大做强科技服务、现代物流、金融服务、商务服务、法律服务等业态,增加生产性服务业供给。促进现代服务业同先进制造业、现代农业深度融合,提升服务业数字化水平。推动生活性服务业向高品质和多样化升级,加快商贸服务、住宿餐饮、医养健康、休闲旅游、文化体育、养老育幼、物业家政等行业提质升级、精细发展,建设国家医养结合示范省先行区,打造区域性文旅康养

高地。推进服务业标准化、品牌化建设,开展“潍坊优品”创建活动,高质量打造一批现代服务业集聚区、服务业特色小镇。

5、打造一流产业生态。提升产业链供应链现代化水平,实施动力装备、电子信息等优势产业“稳链、强链、补链、延链”行动,进一步集聚产业链上下游企业,提升产业质量品牌、行业标准、技术研发等领域协同发展水平,促进产业链、供应链、创新链、资本链、人才链融合发展。推广“龙头企业+配套园区”建设模式,提高潍柴国际配套产业园、航空航天产业园、精细化工产业园、歌尔虚拟现实智能硬件制造基地、磁悬浮装备产业园、中欧国际新材料产业园、比德文新能源汽车产业基地等特色园区承载能力,完善基础配套和专业服务功能。开展优势产业链提升行动,分行业做好供应链战略设计和精准施策,推动全产业链优化升级。加强国内外产业安全合作,打造具有更强创新力、更高附加值、更安全可靠的产业链供应链。加大企业上市挂牌后备资源培育力度,推动产业间跨界融合创新、互动协调发展。高水平推进“双招双引”,办好潍坊发展大会,开展“潍商回归”行动。

6、统筹推进基础设施建设。坚持智能化、网络化、现代化,建设系统完备、高效实用、智能绿色、安全可靠的综合支撑体系。全面加快新型基础设施建设步伐,尽快实现5G基站全覆盖,加快“物联潍坊”建设,实施智慧交通、智慧能源、智慧水利建设行动,创建省级和区域物联网创新研究中心,推进超算中心建设。提升交通枢纽建设水平,加快济青中线、明董高速、疏港高速等高速公路建设,有序实施干线公路快速化改造,构建“市域1小时通勤圈”,建成京沪高铁二通道、潍烟高铁,规划建设潍坊至滨海、潍坊至董家口、潍坊至临朐至沂源等铁路,形成“一纵四横”高速铁路网。培育特色“亿吨枢纽港”,建成5万吨级航道工程,推进3-5万吨级深水泊位建设。加快潍坊机场迁建,推进潍坊滨海、青州大马山、临朐嵩山、安丘牛沐岭等通用机场建设。加快城市轨道交通建设。实施峡山水库战略水源地水质提升保护工程、河道巩固提升整治工程。优化能源供给体系,加大外电入潍力度,增加天然气供给,推进临朐抽水蓄能电站、昌邑三峡海上风电等可再生能源项目建设,加快发展氢能,逐步降低煤炭消费比重,合理布局城市热源点,完善油气储输网络。

#### 四、全面深化改革,增强内生发展活力

持续加大解放思想、守正创新力度,深化重点领域和关键环节改革,促进有效市场和有为政府更好结合,推动全面深化改革取得突破性、系统性、标志性成果。

1、推进要素市场化配置改革。深化土地管理制度改革,推进土地、劳动力、资本、技术、数据等要素市场化改革。健全要素市场运行机制,完善要素交易规则和服务体系,实现要素价格市场决定、流动自主有序、配置高效公平。健全长期租赁、先租后让、弹性年期供应、作价出资(入股)等工业用地市场供应体系,探索推进“标准地”改革,试点并推开新型产业用地(M0)改革。加快建设城乡统一的建设用地市场。提升潍坊市资本服务中心功能,打造资本对接交流合作平台。推动完善差别化资源性产品价格形成机制,提升用能权、排污权等各类要素资源市场化配置水平。完善市场出清机制,促进要素资源向高效市场主体流动。

2、激发各类市场主体活力。坚持两个“毫不动摇”,深化国资国企改革,做强做优做大国有资本和国有企业。加快国有经济布局优化和结构调整,发挥国有经济战略支撑和服务保障作用。推动现代企业制度建设,深化国有企业混合所有制改革,鼓励民企参与国企混改、公用事业和重大基础设施建设。加快形成以管资本为主的国有资产监管体制。优化民营经济发展环境,破除制约民营企业发展壁垒,构建亲清新型政商关系。依法平等保护民营企业产权和企业家权益,完善促进中小微企业和个体工商户发展的法治环境和政策体系。弘扬“潍柴精神”,实施新一轮企业家素质提升工程,打造“新时代潍商”品牌,促进企业高质量发展。

## 第三章 市场预测

### 一、电动剃须刀行业发展概况

电动剃须刀一般由不锈钢网罩、内刀片、微型电机和壳体等组成，内刀片在微型电机的驱动下，将伸入网罩内的胡须和毛发切断。根据运动原理的不同，电动剃须刀分为往复式和旋转式两类，往复式剃须刀通过刀头不断加速减速、左右往复运动来剃掉胡须，而旋转式剃须刀则通过刀头呈中央旋转运作，对胡须进行连续不断地单向切割。

国内剃须刀市场规模仍保持快速增长。根据中国产业信息网数据，国内电动剃须刀的市场规模从 2012 年 84.9 亿元增至 2019 年的 222.2 亿元，2019 年同比增长 17.01%。

近年来，电动剃须刀产品的持续升级以及线上销售渠道的逐渐丰富，带动其线上市场销售的增长。根据奥维云网（AVC）的数据，2021 年第一季度电动剃须刀线上市场零售额达到 16.7 亿元，同比增长 40.34%，零售量达到 897 万元，同比增长 14.85%。

伴随新兴个护小家电企业进入电动剃须刀市场，电动剃须刀的品牌与机型大幅增加，头部品牌集中度进一步分散。根据奥维云网（AVC）的数据，电动剃须刀的线上品牌、机型数量分别从 2020 年第一季度末的 157 个、1,489 个增加到 2021 年季度末的 231 个、1,952 个，头部品牌线上市场份额均有所下降。

### 二、个护小家电行业竞争格局

个护小家电作为提升生活品质感与幸福感的产品，凭借着出色颜值、丰富功能、使用便捷等优势赢得消费者的青睐，随着近年来“她经济”、“懒人经济”的盛行，使得个护小家电产品成为现代生活中不可或缺的产品之一。面对不断升级的用户需求，个护小家电产品也逐渐朝着智能化健康化方向发展，为用户带来更加智慧便捷的使用体验。国内个护小家电开始突破以电动剃须刀、电吹风为主的产品类型格局，电动牙刷、冲牙器、洁面仪等新兴个护产品逐渐成为大众消费

品。

## 1、线上渠道与线下渠道的竞争

从销售渠道来看，目前国内个护小家电行业主要分为线上、线下渠道。个护小家电线下渠道以第三方渠道为主，包括大型商场（如沃尔玛、家乐福、永辉等）、家电卖场（如国美、苏宁等）以及专卖店等渠道。线下第三方运营需要兼顾规模和盈利能力，不仅需要较大金额固定投入，包括进场费、装修费等，还需要较大的产品毛利空间来支撑渠道运营费用。

个护小家电的线上渠道包括传统电商渠道和社交平台电商渠道。传统电商渠道指天猫、京东等以 B2C 模式为主的电商平台渠道，社交电商则指以抖音直播间、小红书、微信公众号为代表，依靠社交关系和优质内容进行传播推荐从而促进消费者购买的社交平台渠道。

个护小家电具有价格较低、体积较小、使用便捷等特点，且新兴小家电的创意时尚属性和目前网购的主力消费人群相契合，使其与线上销售的适配度更高。根据奥维云网（AVC）的数据，小家电 2019 年线上销售额、销售量占比分别达到 52%、74%，线上渠道已成为小家电产品最大的销售渠道。

## 2、国内新兴个护小家电企业和传统家电企业的竞争

个护小家电行业的国内参与企业按照规模和知名度的差异可分为新兴个护小家电企业和传统家电企业，新兴个护小家电企业包括广州星际悦动股份有限公司、杭州乐秀电子科技有限公司等，而传统家电企业则以美的、海尔、飞科电器等为代表。

传统家电企业规模较大，在线下渠道优势明显，由于进驻第三方渠道需要大额的固定投入，门槛较高，对于新兴小家电企业而言进入难度较大。

新兴小家电企业则主要通过布局线上渠道，在产品研发设计上更加注重以用户为导向，专注细分领域产品来谋求发展。传统家电品牌在线下占据主导地位，蓬勃发展的电商渠道使得新兴小家电企业更容易通过互联网渠道与消费者建立联系。

### 3、外资品牌和本土品牌的竞争

在国内个护小家电市场，以欧乐 B、飞利浦、戴森为代表的外资龙头仍占据主导地位，同时，国内品牌正在快速崛起。根据中怡康零售监测数据，个护小家电线上和线下总销售额占比中，本土品牌的份额逐步提升，占比超过三分之一。

## 第四章 产品方案

### 一、建设规模及主要建设内容

#### (一) 项目场地规模

该项目总占地面积 26667.00 m<sup>2</sup> (折合约 40.00 亩), 预计场区规划总建筑面积 51142.32 m<sup>2</sup>。

#### (二) 产能规模

根据国内外市场需求和 xxx (集团) 有限公司建设能力分析, 建设规模确定达产年产 xx 套口腔护理小家电, 预计年营业收入 37300.00 万元。

### 二、产品规划方案及生产纲领

本期项目产品主要从国家及地方产业发展政策、市场需求状况、资源供应情况、企业资金筹措能力、生产工艺技术水平的先进程度、项目经济效益及投资风险性等方面综合考虑确定。具体品种将根据市场需求状况进行必要的调整, 各年生产纲领是根据人员及装备生产能力水平, 并参考市场需求预测情况确定, 同时, 把产量和销量视为一致, 本报告将按照初步产品方案进行测算。

产品规划方案一览表

序号	产品(服务)名称	单位	单价(元)	年设计产量	产值
1	口腔护理小家电	套	xxx		
2	口腔护理小家电	套	xxx		
3	口腔护理小家电	套	xxx		
4	...	套			

5	...	套			
6	...	套			
合计				xx	37300.00

1962 年，液压工程师约翰·马特里和牙科医生杰兰德·迈尔在美国科罗拉多州柯林斯堡，联合创立了 Waterpik（洁碧），发明了世界上第一台冲牙器。

## 第五章 建筑工程方案

### 一、项目工程设计总体要求

#### (一) 总图布置原则

1、强调“以人为本”的设计思想，处理好人与建筑、人与环境、人与交通、人与空间以及人与人之间的关系。从总体上统筹考虑建筑、道路、绿化空间之间的和谐，创造一个宜于生产的环境空间。

2、合理配置自然资源，优化用地结构，配套建设各项目设施。

3、工程内容、建筑面积和建筑结构应适应工艺布置要求，满足生产使用功能要求。

4、因地制宜，充分利用地形地质条件，合理改造利用地形，减少土石方工程量，重视保护生态环境，增强景观效果。

5、工程方案在满足使用功能、确保质量的前提下，力求降低造价，节约建设资金。

6、建筑风格与区域建筑风格吻合，与周边各建筑色彩协调一致。

7、贯彻环保、安全、卫生、绿化、消防、节能、节约用地的设计原则。

#### (二) 总体规划原则

1、总平面布置的指导原则是合理布局，节约用地，适当预留发展余地。厂区布置工艺物料流向顺畅，道路、管网连接顺畅。建筑物布局按建筑设计防火规范进行，满足生产、交通、防火的各种要求。

2、本项目总图布置按功能分区，分为生产区、动力区和办公生活区。既满足生产工艺要求，又能美化环境。

3、按照厂区整体规划，厂区围墙采用铁艺围墙。全厂设计两个出入口，厂区道路为环形，主干道宽度为 9m，次干道宽度为 6m，联系各出入口形成顺畅的运输和消防通道。

4、本项目在厂区内道路两旁，建（构）筑物周围充分进行绿化，

并在厂区空地及入口处重点绿化，种植适宜生长的树木和花卉，创造文明生产环境。

## 二、建设方案

### （一）混凝土要求

根据《混凝土结构耐久性设计规范》（GB/T50476）之规定，确定构筑物结构构件最低混凝土强度等级，基础混凝土结构的环境类别为一类，本工程上部主体结构采用 C30 混凝土，上部结构构造柱、圈梁、过梁、基础采用 C25 混凝土，设备基础混凝土强度等级采用 C30 级，基础混凝土垫层为 C15 级，基础垫层混凝土为 C15 级。

### （二）钢筋及建筑构件选用标准要求

1、本工程建筑用钢筋采用国家标准热轧钢筋：基础受力主筋均采用 HRB400，箍筋及其它次要构件为 HPB300。

2、HPB300 级钢筋选用 E43 系列焊条，HRB400 级钢筋选用 E50 系列焊条。

3、埋件钢板采用 Q235 钢、Q345 钢，吊钩用 HPB235。

4、钢材连接所用焊条及方式按相应标准及规范要求。

### （三）隔墙、围护墙材料

本工程框架结构的填充墙采用符合环境保护和节能要求的砌体材料（多孔砖），材料强度均应符合 GB50003 规范要求：多孔砖强度 MU10.00，砂浆强度 M10.00-M7.50。

### （四）水泥及混凝土保护层

1、水泥选用标准：水泥品种一般采用普通硅酸盐水泥，并根据建（构）筑物的特点和所处的环境条件合理选用添加剂。

2、混凝土保护层：结构构件受力钢筋的混凝土保护层厚度根据《混凝土结构耐久性设计规范》（GB/T50476）规定执行。

## 三、建筑工程建设指标

本期项目建筑面积 51142.32 m<sup>2</sup>，其中：生产工程 37939.67 m<sup>2</sup>，

仓储工程 5376.07 m<sup>2</sup>， 行政办公及生活服务设施 3976.28 m<sup>2</sup>， 公共工程 3850.30 m<sup>2</sup>。

建筑工程投资一览表

单位：m<sup>2</sup>、万元

序号	工程类别	占地面积	建筑面积	投资金额	备注
1	生产工程	9728.12	37939.67	4802.97	
1.1	1#生产车间	2918.44	11381.90	1440.89	
1.2	2#生产车间	2432.03	9484.92	1200.74	
1.3	3#生产车间	2334.75	9105.52	1152.71	
1.4	4#生产车间	2042.91	7967.33	1008.62	
2	仓储工程	4266.72	5376.07	531.18	
2.1	1#仓库	1280.02	1612.82	159.35	
2.2	2#仓库	1066.68	1344.02	132.79	
2.3	3#仓库	1024.01	1290.26	127.48	
2.4	4#仓库	896.01	1128.97	111.55	
3	办公生活配套	991.59	3976.28	622.38	
3.1	行政办公楼	644.53	2584.58	404.55	
3.2	宿舍及食堂	347.06	1391.70	217.83	
4	公共工程	2048.03	3850.30	433.40	辅助用房等
5	绿化工程	4034.72		67.46	绿化率 15.13%
6	其他工程	5565.40		15.07	
7	合计	26667.00	51142.32	6472.46	

## 第六章 发展规划

### 一、公司发展规划

#### （一）公司未来发展战略

公司秉承“不断超越、追求完美、诚信为本、创新为魂”的经营理念，贯彻“安全、现代、可靠、稳定”的核心价值观，为客户提供高性能、高品质、高技术含量的产品和服务，致力于发展成为行业内领先的供应商。

未来公司将通过持续的研发投入和市场营销网络的建设进一步巩固公司在相关领域的领先地位，扩大市场份额；另一方面公司将紧密契合市场需求和技术发展方向进一步拓展公司产品类别，加大研发推广力度，进一步提升公司综合实力以及市场地位。

#### （二）扩产计划

经过多年的发展，公司在相关领域领域积累了丰富的生产经验和技術优势，随着公司业务规模逐年增长，产能瓶颈日益显现。因此，产能提升计划是实现公司整体发展战略的重要环节。公司将以全球行业持续发展及逐渐向中国转移为依托，提高公司生产能力和生产效率，满足不断增长的客户需求，巩固并扩大公司在行业中的竞争优势，提高市场占有率和公司影响力。

在产品拓展方面，公司计划在扩宽现有产品应用领域的同时，不断丰富产品类型，持续提升产品质量和附加值，保持公司产品在行业中的竞争地位。

#### （三）技术研发计划

公司未来将继续加大技术开发和自主创新力度，在现有技术研发资源的基础上完善技术中心功能，规范技术研究和产品开发流程，引进先进的设计、测试等软硬件设备，提高公司技术成果转化能力和产品开发效率，提升公司新产品开发能力和技术竞争实力，为公司的持续稳定发展提供源源不断的技术动力。

公司将本着中长期规划和近期目标相结合、前瞻性技术研究和产品应用开发相结合的原则，以研发中心为平台，以市场为导向，进行技术开发和产品创新，健全和完善技术创新机制，从人、财、物和管理机制等方面确保公司的持续创新能力，努力实现公司新技术、新产品、新工艺的持续开发。

#### （四）技术研发计划

公司将以新建研发中心为契机，在对现有产品的技术和工艺进行持续改进、提高公司的研发设计能力、满足客户对产品差异化需求的同时，顺应行业技术发展，不断研发新工艺、新技术，不断提升产品自动化程度，在充分满足下游领域对产品质量要求不断提高的同时，强化公司自主创新能力，巩固公司技术的行业先进地位，强化公司的综合竞争实力。

积极实施知识产权保护自主创新、自主知识产权和自主品牌是公司今后持续发展的关键。自主知识产权是自主创新的保障，公司未来三年将重点关注专利的保护，依靠自主创新和自主知识产权，提高盈利水平。

公司计划在未来三年内大量引进或培养技术研发、技术管理等专业人才，以培养技术骨干为重点建设内容，建立一支高、中、初级专业技术人才合理搭配的人才队伍，满足公司快速发展对人才的需要。

公司将采用各种形式吸引优秀的科技人员。包括：提高技术人才的待遇；通过与高校、科研机构联合，实行对口培训等形式，强化技术人员知识更新；积极拓宽人才引进渠道，实行就地取才、内部挖掘和面向社会广揽人才相结合。确保公司产品的高技术含量，充分满足客户的需求，使公司在激烈的市场竞争中立于不败之地。

公司将加强与高等院校、研发机构的合作与交流，整合产、学、研资源优势，通过自主研发与合作开发并举的方式，持续提升公司技术研发水平，提升公司对重大项目的攻克能力，提高自身研发技术水平，进一步强化公司在行业内的影响力。

#### （五）市场开发规划

公司根据自身技术特点与销售经验，制定了如下市场开发规划：

首先，公司将以现有客户为基础，在努力提升产品质量的同时，以客户需求为导向，在各个方面深入了解客户需求，以求充分满足客户的差异化需求，从而不断增加现有客户订单；其次，公司将在稳定与现有客户合作关系的同时，凭借公司成熟的业务能力及优质的产品质量逐步向新的客户群体拓展，挖掘新的销售市场；最后，公司将不断完善营销网络建设，提升公司售后服务能力，从而提升公司整体服务水平，实现整体业务的协同及平衡发展。

#### （六）人才发展规划

人才是公司发展的核心资源，为了实现公司总体战略目标，公司将健全人力资源管理体系，制定科学的人力资源开发计划，进一步建立完善的培训、薪酬、绩效和激励机制，最大限度的发挥人才潜力，为公司的可持续发展提供人才保障。

公司将立足于未来发展需要，进一步加快人才引进。通过专业化的人力资源服务和评估机制，满足公司的发展需要。一方面，公司将根据不同部门职能，有针对性的招聘专业化人才：管理方面，公司将建立规范化的内部控制体系，根据需要招聘行业内专业的管理人才，提升公司整体管理水平；技术方面，公司将引进行业内优秀人才，提升公司的技术创新能力，增加公司核心技术储备，并加速成果转化，确保公司技术水平的领先地位。另一方面，公司将建立人才梯队，以培养管理和技术骨干为重点，有计划地吸纳各类专业人才进入公司，形成高、中、初级人才的塔式人才结构，为公司的长远发展储备力量。

培训是企业人力资源整合的重要途径，未来公司将强化现有培训体系的建设，建立和完善培训制度，针对不同岗位的员工制定科学的培训计划，并根据公司的发展要求及员工的发展意愿，制定员工的职业生涯规划。公司将采用内部交流课程、外聘专家授课及先进企业考察等多种培训方式提高员工技能。人才培训的强化将大幅提升员工的整体素质，使员工队伍进一步适应公司的快速发展步伐。

公司将制定具有市场竞争力的薪酬结构，制定和实施有利于人才成长和潜力挖掘的激励政策。根据员工的服务年限及贡献，逐步提高员工待遇，激发员工的创造性和主动性，为员工提供广阔的发展空间，

全力打造团结协作、拼搏进取、敬业爱岗、开拓创新的员工队伍，从而有效提高公司凝聚力和市场竞争能力。

## 二、保障措施

### (一) 创新融资体制机制

加强银企合作，拓宽融资渠道，鼓励企业通过贷款、发行债券、上市、融资租赁等形式获得运营资金。创新政府和产业企业的合作，在产业项目建设中积极引入社会资本。鼓励各类社会主体参与重点项目建设。

### (二) 扩大国内外合作

鼓励企业与国外公司加强合作，支持有条件的企业在境外设立研发中心，充分利用国际资源提升发展水平。加强与“一带一路”沿线国家合作，支持有条件的企业开拓海外业务，推进产业发展走出去。

### (三) 着力推进简政放权

进一步深化制度改革，规范审批行为，减少、简化、整合产业重大项目投资的前置审批及中介服务，降低企业的制度性交易成本；加强配套监管体系建设，强化事中事后监管。进一步简化企业境外投资核准程序。运用大数据、云计算、物联网等信息化手段，提升部门服务管理效能。认真落实各项政策，积极解决企业在转型升级和调整疏解过程中遇到的困难与问题。

### (四) 优化产业发展环境

引导企业积极履行社会责任，严格规范市场秩序。积极发展混合所有制经济，大力发展民营经济，进一步增强市场主体活力。

### (五) 严格目标考核

结合各自职责，制定具体实施方案和保障措施，明确各项政策措施的实施范围、期限，加强指导和协调落实，并开展监督检查和政策效果后期评价工作。建立健全目标责任制，分解落实各项任务，实行目标管理，层层落实责任，加强监督考核，确保按期完成规划确定的发展目标和重点任务。

## (六) 强化规划实施管理

强化产业规划的约束与引导，分解落实约束性指标，加强目标责任管理，确保规划的有效实施。加强对规划实施中重大问题的后评估。管理部门要发挥主体作用，深入开展研究论证，做好与国家产业规划的衔接协调，完成工作机制，推动规划任务的具体落实。

## 第七章 运营模式

### 一、公司经营宗旨

公司经营国际化，股东回报最大化。

### 二、公司的目标、主要职责

#### （一）目标

近期目标：深化企业改革，加快结构调整，优化资源配置，加强企业管理，建立现代企业制度；精干主业，分离辅业，增强企业市场竞争力，加快发展；提高企业经济效益，完善管理制度及运营网络。

远期目标：探索模式创新、制度创新、管理创新的产业发展新思路。坚持发展自主品牌，提升企业核心竞争力。此外，面向国际、国内两个市场，优化资源配置，实施多元化战略，向产业集团化发展，力争利用 3-5 年的时间把公司建设成具有先进管理水平和较强市场竞争实力的大型企业集团。

#### （二）主要职责

1、执行国家法律、法规和产业政策，在国家宏观调控和行业监管下，以市场需求为导向，依法自主经营。

2、根据国家和地方产业政策、口腔护理小家电行业发展规划和市场需求，制定并组织实施公司的发展战略、中长期发展规划、年度计划和重大经营决策。

3、根据国家法律、法规和口腔护理小家电行业有关政策，优化配置经营要素，组织实施重大投资活动，对投入产出效果负责，增强市场竞争力，促进区域内口腔护理小家电行业持续、快速、健康发展。

4、深化企业改革，加快结构调整，转换企业经营机制，建立现代企业制度，强化内部管理，促进企业可持续发展。

5、指导和加强企业思想政治工作和精神文明建设，统一管理公司的名称、商标、商誉等无形资产，搞好公司企业文化建设。

6、在保证股东企业合法权益和自身发展需要的前提下，公司可依照《公司法》等有关规定，集中资产收益，用于再投入和结构调整。

### 三、各部门职责及权限

#### （一）销售部职责说明

1、协助总经理制定和分解年度销售目标和销售成本控制指标，并负责具体落实。

2、依据公司年度销售指标，明确营销策略，制定营销计划和拓展销售网络，并对任务进行分解，策划组织实施销售工作，确保实现预期目标。

3、负责收集市场信息，分析市场动向、销售动态、市场竞争发展状况等，并定期将信息报送商务发展部。

4、负责按产品销售合同规定收款和催收，并将相关收款情况报送商务发展部。

5、定期不定期走访客户，整理和归纳客户资料，掌握客户情况，进行有效的客户管理。

6、制定并组织填写各类销售统计报表，并将相关数据及时报送商务发展部总经理。

7、负责市场物资信息的收集和调查预测，建立起牢固可靠的物资供应网络，不断开辟和优化物资供应渠道。

8、负责收集产品供应商信息，并对供应商进行质量、技术和供就能力进行评估，根据公司需求计划，编制与之相配套的采购计划，并进行采购谈判和产品采购，保证产品供应及时，确保产品价格合理、质量符合要求。

9、建立发运流程，设计最佳运输路线、运输工具，选择合格的运输商，严格按公司下达的发运成本预算进行有效管理，定期分析费用开支，查找超支、节支原因并实施控制。

10、负责对部门员工进行业务素质、产品知识培训和考核等工作，不断培养、挖掘、引进销售人才，建设高素质的销售队伍。

## （二）战略发展部主要职责

- 1、围绕公司的经营目标，拟定项目开发实施方案。
- 2、负责市场信息的收集、整理和分析，定期编制信息分析报告，及时报送公司领导和相关部门；并对各部门信息的及时性和有效性进行考核。
- 3、负责对产品供应商质量管理、技术、供应能力和财务评估情况进行汇总，编制供应商评估报告，拟定供应商合作方案和合作协议，组织签订供应商合作协议。
- 4、负责对公司采购的产品进行询价，拟定产品采购方案，制定市场标准价格；拟定采购合同并报总经理审批后，组织签订合同。
- 5、负责起草产品销售合同，按财务部和总经理提出的修改意见修订合同，并通知销售部门执行合同。
- 6、协助销售部门开展销售人员技能培训；协助销售部门对未及时收到的款项查找原因进行催款。
- 7、负责客户服务标准的确定、实施规范、政策制定和修改，以及服务资源的统一规划和配置。
- 8、协调处理各类投诉问题，并提出处理意见；并建立设诉处理档案，做到每一件投诉有记录，有处理结果，每月向公司上报投诉情况及处理结果。
- 9、负责公司客户档案、销售合同、公司文件资料、营销类文件资料、价格表等的管理、归类、整理、建档和保管工作。

## （三）行政部主要职责

- 1、负责公司运行、管理制度和流程的建立、完善和修订工作。
- 2、根据公司业务发展的需要，制定及优化公司的内部运行控制流程、方法及执行标准。
- 3、依据公司管理需要，组织并执行内部运行控制工作，协助各部门规范业务流程及操作规程，降低管理风险。
- 4、定期、不定期利用各种统计信息和其他方法（如经济活动分析、

专题调查资料等) 监督计划执行情况, 并对计划完成情况进行考核。  
五、在选择产品供应商过程, 定期不定期对商务部部门编制的供应商评估报告和供应商合作协议进行审查, 并提出审查意见。

5、负责监督检查公司运营、财务、人事等业务政策及流程的执行情况。

6、负责平衡内部控制的要求与实际业务发展的冲突, 其他与内部运行控制相关的工作。

#### 四、财务会计制度

##### (一) 财务会计制度

1、公司依照法律、行政法规和国家有关部门的规定, 制定公司的财务会计制度。

上述财务会计报告按照有关法律、行政法规及部门规章的规定进行编制。

2、公司除法定的会计账簿外, 将不另立会计账簿。公司的资产, 不以任何个人名义开立账户存储。

3、公司分配当年税后利润时, 应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的, 可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的, 在依照前款规定提取法定公积金之前, 应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后, 经股东大会决议, 还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润, 按照股东持有的股份比例分配, 但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定, 在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的, 股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

4、公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转

为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

5、公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

6、公司利润分配政策为：公司采取积极的现金方式分配利润，即公司当年度实现盈利，在依法提取法定公积金、盈余公积金后进行利润分配。

#### （1）利润分配原则

公司的利润分配应重视对投资者的合理回报并兼顾公司的可持续发展。利润分配政策应保持连续性和稳定性，并符合法律、法规的相关规定。

#### （2）具体利润分配政策

利润分配形式及间隔期：公司可以采取现金方式分配股利，公司优先采用现金方式分配利润，现金分配的比例不低于当年实现的可分配利润的 10%。

公司当年如实现盈利并有可供分配利润时，应每年度进行利润分配。董事会可以根据公司盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

除非经董事会论证同意，且经独立董事发表独立意见、监事会决议通过，两次分红间隔时间原则上不少于六个月。

现金分红的具体条件：公司在当年盈利且累计未分配利润为正，现金流满足公司正常生产经营和未来发展的前提下，最近三个会计年度内，公司以现金形式分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出具体现金分红政策：

公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配

时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

公司发展阶段属成长期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

本章程中的“重大资金支出安排”是指公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买资产累计支出达到或超过公司最近一次经审计净资产的 10%。

出现以下情形之一的，公司可不进行现金分红：

合并报表或母公司报表当年度未实现盈利；

合并报表或母公司报表当年度经营性现金流量净额或者现金流量净额为负数；

合并报表或母公司报表期末资产负债率超过 70%（包括 70%）；

合并报表或母公司报表期末可供分配的利润余额为负数；

公司财务报告被审计机构出具非标准无保留意见；

公司在可预见的未来一定时期内存在重大资金支出安排，进行现金分红可能导致公司现金流无法满足公司经营或投资需要。

### （3）利润分配的决策程序和机制

公司利润分配方案由董事会根据公司经营情况和有关规定拟定，并在征询监事会意见后提交股东大会审议批准，独立董事应当发表明确意见。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流（包括但不限于提供网络投票表决、邀请中小股东参会等方式），充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

公司在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况。公

司董事会应在年度报告中披露利润分配方案及留存的未分配利润的使用计划安排或原则，公司当年利润分配完成后留存的未分配利润应用于发展公司经营业务。公司当年盈利但董事会未做出现金分红预案的，应在年度报告中披露未做出现金分红预案的原因及未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事发表的独立意见。

公司如遇借壳上市、重大资产重组、合并分立或者因收购导致公司控制权发生变更的，应在重大资产重组报告书、权益变动报告书或者收购报告书中详细披露重组或者控制权发生变更后上市公司的现金分红政策及相应的规划安排、董事会的情况说明等信息。

(4) 利润分配政策调整的条件、决策程序和机制

(5) 利润分配方案的实施

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，董事会须在股东大会召开后两个月内完成现金分红或股利的派发事项。如存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

(二) 内部审计

1、公司实行内部审计制度，配备专职审计人员，对公司财务收支和经济活动进行内部审计监督。

2、公司内部审计制度和审计人员的职责，应当经董事会批准后实施。审计负责人向董事会负责并报告工作。

(三) 会计师事务所的聘任

1、公司聘用会计师事务所必须由股东大会决定，董事会不得在股东大会决定前委任会计师事务所。

2、公司保证向聘用的会计师事务所提供真实、完整的会计凭证、会计账簿、财务会计报告及其他会计资料，不得拒绝、隐匿、谎报。

3、会计师事务所的审计费用由股东大会决定。

4、公司解聘或者不再续聘会计师事务所时，提前 30 天事先通知会计师事务所，公司股东大会就解聘会计师事务所进行表决时，允许会计师事务所陈述意见。

会计师事务所提出辞聘的，应当向股东大会说明公司有无不当情形。

## 第八章 SWOT 分析说明

### 一、优势分析（S）

#### （一）公司具有技术研发优势，创新能力突出

公司在研发方面投入较高，持续进行研究开发与技术成果转化，形成企业核心的自主知识产权。公司产品在行业中的始终保持良好的技术与质量优势。此外，公司目前主要生产线为使用自有技术开发而成。

#### （二）公司拥有技术研发、产品应用与市场开拓并进的核心团队

公司的核心团队由多名具备行业多年研发、经营管理与市场经验的资深人士组成，与公司利益捆绑一致。公司稳定的核心团队促使公司形成了高效务实、团结协作的企业文化和稳定的干部队伍，为公司保持持续技术创新和不断扩张提供了必要的人力资源保障。

#### （三）公司具有优质的行业头部客户群体

公司凭借出色的技术创新、产品质量和服务，树立了良好的品牌形象，获得了较高的客户认可度。公司通过与优质客户保持稳定的合作关系，对于行业的核心需求、产品变化趋势、最新技术要求的理解更为深刻，有利于研发生产更符合市场需求产品，提高公司的核心竞争力。

#### （四）公司在行业中占据较为有利的竞争地位

公司经过多年深耕，已在技术、品牌、运营效率等多方面形成竞争优势；同时随着行业的深度整合，行业集中度提升，下游客户为保障其自身原材料供应的安全与稳定，在现有竞争格局下对于公司产品的需求亦不断提升。公司较为有利的竞争地位是长期可持续发展的有力支撑。

### 二、劣势分析（W）

#### （一）资本实力不足

公司发展主要依赖于自有资金和银行贷款，公司产能建设、研发投入及日常营运资金需求较大，目前的信贷模式难以满足公司的资金需求，制约公司发展。尤其面对国外主要竞争对手的资本实力，以及智能制造产业升级需求，公司需要拓宽融资渠道，进一步提高技术水平、优化产品结构，增强自身的竞争力。

## （二）产能瓶颈制约

公司产品核心技术国内领先，产品质量获得客户高度认可，但未来随着业务规模扩大、产品质量和性能不断提升，订单逐年增加，公司现有产能已不能满足日益增长的市场需求。面对未来逐年上升的产品需求量，产能成为制约公司快速发展的重要因素，可能会削弱公司未来在国内外市场的核心竞争力。

## 三、机会分析（O）

### （一）不断提升技术研发实力是巩固行业地位的必要措施

公司长期积累已取得了较丰富的研发成果。随着研究领域的不断扩大，公司产品不断往精密化、智能化方向发展，投资项目的建设，将支持公司在相关领域投入更多的人力、物力和财力，进一步提升公司研发实力，加快产品开发速度，持续优化产品结构，满足行业发展和市场竞争的需求，巩固并增强公司在行业内的优势竞争地位，为建设国际一流的研发平台提供充实保障。

### （二）公司行业地位突出，项目具备实施基础

公司自成立之日起就专注于行业领域，已形成了包括自主研发、品牌、质量、管理等在内的一系列核心竞争优势，行业地位突出，为项目的实施提供了良好的条件。在生产方面，公司拥有良好生产管理基础，并且拥有国际先进的生产、检测设备；在技术研发方面，公司系国家高新技术企业，拥有省级企业技术中心，并与科研院所、高校保持着长期的合作关系，已形成了完善的研发体系和创新机制，具备进一步升级改造的条件；在营销网络建设方面，公司通过多年发展已建立了良好的营销服务体系，营销网络拓展具备可复制性。

## 四、威胁分析（T）

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/627020033115010005>