

# 《郑州普惠购物广场可行性深度报告》

## 目 录

**第一部分：报告摘要**

**第二部分：商业计划描述**

**第三部分：市场环境分析及业态定位**

**第四部分：投资分析**

**第五部分：运营规划**

**第六部分：财务分析**

**第七部分：结 论**

附表一：郑州普惠购物广场项目筹备组织架构

附表二：开业进度表

附表三：公司门店组织架构

## 第一部分：报告摘要

### 项目五年收益一览表：（项目总投资约 680 万元）

项目	时间 销售 毛利率	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	年均收益额
		(万元)	(万元)	(万元)	(万元)	(万元)	年均回报率
		<b>5000</b>	<b>7000</b>	<b>7500</b>	<b>8000</b>	<b>9000</b>	<b>562 万元</b>
		<b>16%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>	
毛利额（收入）		<b>800</b>	<b>1260</b>	<b>1350</b>	<b>1440</b>	<b>1620</b>	
营业外（收入）		<b>0</b>	<b>60</b>	<b>100</b>	<b>120</b>	<b>150</b>	
房屋租金		<b>200</b>	<b>240</b>	<b>260</b>	<b>280</b>	<b>300</b>	
固定投资分摊		<b>96</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	
水电费		<b>100</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	
人事费用		<b>126</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	
税捐		<b>60</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	
开办费		<b>50</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
其他费用		<b>30</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	
净收益（利润）		<b>138</b>	<b>694</b>	<b>804</b>	<b>894</b>	<b>1084</b>	<b>82%</b>
回报率		<b>20%</b>	<b>100%</b>	<b>118%</b>	<b>130%</b>	<b>150%</b>	

备注：1、上表支出项目每年略有变动，主要因为通过不断加强经营及管理去影响其成本的降低及业绩的提上，从而达到提高净利润的目的。

2、第一年盈利水平偏低，是因为商业本身就有一定的培育期，培育期恰恰又是其能否生存的关键时期，为此必须要有充足的资金链保障，并通过加强经营及提高管理水平使其度过困难期。因此投资人必须充分理解在此期间生存比什么都重要，且能保障资金链不断裂。一旦度过困难期，商户及消费群体就会形成忠实性支持，一般第二年就会有良好的回报。

## 第二部分：普惠购物广场商业计划描述

“郑州普惠购物广场柳林店”系由“民间投资集团”投资建设的商业网点。该广场建筑结构为三层框架结构，建筑面积约 6000 平方米，停车场面积约 2000 平方米，位于郑州市北区柳林镇（花园路与柳林路交叉口），交通便利，人流量相对集中，周边区域居民约 30000 户，人口数约 200,000 人（包括暂住流动人口），根据商业网点分布的要求，需要有一个 6000 平方米以上的居民主要购物场所。

筹建“普惠购物广场柳林店”的主要目的为：

- 1、为北区提供一个优美的购物场所，进一步完善区域的服务功能，同时满足附近 3000 米商圈（以广场为圆心，3000 米为半径的区域）居民的购物需求；
- 2、为公司投资人创造一定的经济效益，并为公司商业领域的发展探索出一条新路，为发展连锁商业奠定基础；
- 3、为公司培养一批有商业头脑，会经营和懂管理的人才；
- 4、提升“普惠购物广场柳林店”之无形资产和品牌形象。

### 第三部分：市场环境、状况调查及定位

根据郑州市零售市场状况的有关统计资料及普惠购物广场柳林店，商圈内的市场调查情况，得到如下基本资料：

#### 1、商圈内消费者的基本情况

(1) 商圈内常驻家庭总数为 **30000** 户，平均每户人口 **4** 人，常驻人口约 **120,000** 人。

(2) 商圈内月收入 **1000** 元以下家庭占 **20%**，月收入 **1500—2000** 元占 **40%**，月收入 **2000—3000** 元占 **25%**，月收入 **3000** 元以上占 **15%** 元。

(3) 根据郑州市的统计资料以及我们对该商圈的初步抽样调查，商圈内每户家庭的年支出为 **20000** 元，每户家庭的年日用消费品支出为 **15000** 元，平均每月的日用消费品支出约为：**1250** 元 / 月.户，即商圈内的日用消费品需求为 **4.5** 亿元 / 年。

(4) 日用消费品支出的分布为：食品 **60%**，非食品 **40%**。

(5) 商圈内消费者平均每月到中型店（丹尼斯北站店、思达 spa 柳林店）购物次数为 **4** 次，平均购物金额为 **80** 元，到小型杂货店（便利店等）购物次数为 **10** 次，平均购物金额为 **30** 元。

(6) 中高收入的消费者希望购买有质量保障的中高档国产或进口品牌产品，不希望买到假货；低收入消费者希望购买低档国产产品，不介意商品质量，对价格非常敏感。

#### 2、圈内竞争者的基本情况：

(1) 商圈内的竞争者主要有：（丹尼斯北站店营业面积 **8000m<sup>2</sup>**）。

(2) 丹尼斯北站店商品的价格综合水平，毛利率一般为 **15—25%**。

(3) 消费者平均每次购买商品的金额<客单量>：丹尼斯北站店

为 90 元，思达为 30 元。

### 3、超市形象规划

(1)、服务对象：

- a、低、中、高收入的各类家庭；
- b、生活节奏较快，每次购物较多的家庭。
- C、政府、机关、工厂、学校等企事业单位。

(2)、服务档次：<物美价又廉 服务百分百>

A、本区一流的购物环境及丰富的商品品种。

a、现代化的自选购物方式。

b、快速的收银。

c、购物车及免费送货——鼓励大家购买。d、每月两次产品介绍资料（DM）。

e、免费停车。

f、微笑服务。

g、先进的理念。

B、价格档次：本区最低价，所有产品的售价与竞争对手持平或略低，毛利控制在 15%-20%左右。

C、产品档次：国产中低档品牌产品为主，国产高档、合资及进口品牌为辅。绝对保证产品质量，杜绝假冒伪劣品入店。

D、超市商品数量：开业初期，商品在 15000 个单品以上。

### 4、超市经营的主要商品

根据普惠购物广场柳林店所处商圈消费支出情况，普惠购物广场经营的主要品种定位侧重于生鲜食品（生鲜食品包括瓜果蔬菜、粮油米面、肉类、水产等），此类商品毛利率适中，可提高整体赢利能力及集客力，同时经营百货、服装服饰、皮鞋皮具、针织、儿童玩具、

体育用品、洗化、厨房用具、饮料副食、调味品等日常生活品及小家电办公用品、劳保用品等。

## 第四部分 投资分析：

### 1、 房屋及基础设施投资：

1) 拆迁：	4 万元
2) 中央空调：	80 万元
3) 门前广场：	10 万元
4) 卫生间：	2 万元
5) 办公室：	4 万元
6) 营业厅地面：	30 万元
7) 墙面：	10 万元
8) 天花：	40 万元
9) 水电（上下水、电缆、配电柜等）：	8 万元
10) 内立面局部装饰：	5 万元
11) 营业道具、存包房、服务台、操作间、 面包房、员工更衣室：	4 万元
12) 外立面装修、门头等：	10 万元
13) 装修效果图、管线图、施工图读者设计费：	3 万元
14) 消防工程：	50 万元
15) 电梯：	120 万元
共计：	<u>380 万元</u>

2、设备投资：根据超市规模和现有场地状况，主要设备投资如下表所示。

名称	单价（元）	数量	总价	备注
POS 机	10,000	15	150,000	
服务器	10,000	1	10,000	
工作站	3,000	3	9,000	
打印机	1,200	5	6,000	
激光平台	3,000	15	45,000	
手持激光扫描器	800	3	2,400	
服务器软件	50,000	1	50,000	
广播系统	20,000	1	20,000.	
货架及其他	300,000	1	400,000	
不锈钢器具	50,000	1	50,000	
送货车	30,000	1	30,000	
冷冻设备	300,000	1	100,000	
厨房用品	20,000	1	20,000	
电子称及软件	10,000	7	15,000	
声磁防盗	250,000	1	30,000	
搬运车	3,000	2	5,000	
其他	20,000	1	20,000	
合计			962,400	

3、流动资金：流动资金约需 200 万元。（用于商品补货储备金）

4、以上合计总投资约 680 万元。

## 第五部分：运营规划

1、普惠购物广场柳林店在经营管理上采取独立法人企业的形式，单独核算，统一监管，以便于协调处理对税收、卫生防疫等管理部门关系。

2、资金来源：由投资人集团控股组成。

3、普惠购物广场组织结构图(见附件 1)

4、人员编制(见附件 2)

5、经营形式：第一，采用现代化管理手段,经营权和所有权分离,聘用业内资深管理人士进行管理,通过完善的激励约束机制发挥全体员工的创造力和凝聚力,为打造零售业著名品牌奠定良好基础。

第二，委托专业管理公司为常年经营管理，降低经营风险。

6、供应商及招商管理

① 考虑供应商与企业合作的风险，根据供应商所要求的付款方式、到货方式、制定有效采购计划，结合商品付款条件，采取不同方式化解采购风险。

②对一些知名度高，周转快的商品应制定详细采购计划，以节省资金的使用。

③对一些相对周转慢，但又有需求的二线产品采用有帐期付款或销后付款。

④繁琐散装食品、分割食品、鲜活食品可采取联营及租赁方式。

⑤商品招商可在开业前两个月在各种媒体发布招商广告信息，然后开办招商会，由采购人员与各供应商洽谈，争取对本企业更为优惠的合作方式，然后签定合同，确认到货时间（一般为开业前两周到货入卖场），开业前一周所有商品应上架完毕，剩余一周为调整卖场布局，模拟开业。

## 第六部分：财务分析

### 一、基本分析

#### 1、 销售收入

根据前述市场调查资料，普惠购物广场所在商圈的日用品需求总量约为每年 4.5 亿元。按照普惠购物广场能够占领该商圈 20%的市场份额计算，普惠购物广场的年销售收入约 9000 万元，日均销售 25 万元。

#### 2、 毛利

##### A. 按 18%的年毛利率计算

年毛利额：9000 万元×18% = 1620 万元

##### B. 按 15%的年毛利率计算

年毛利额：9000 万元×15% = 1350 万元

#### 3、 成本估算及费用支出（见下表）

成本项目	单耗量（元 / 单位）	单位成本 / 月（元 / 每平方）	年总耗量 （单位）	年总成本 （万元）
一、固定成本 （房屋租金）				250
二、可变成本				
办公费用				12
宣传费用				30
包装费用				5
运输费用				2
合计				59
三、能源消耗				
电				80
水				5
合计				85
四、工资及附加				
工资	800 元 / 月 × 100 人 × 12 个月			96
提取福利金				30
合计				126
五、企业管理费				
折旧费	480 万元 / 5 年			96
大修费				3
其它管理费				3
合计				102
六、贷款利息				
七、总成本				622

注：房屋与设备均按 5 年计提折旧。

## 4、营业外收支（第一年可免，有利招商）

营业外收入 180 万元（主要是供应商支付的进场费、赞助费、广告费、促销费、堆头费商品返利、销售包装物及商品盘盈）

门面房租赁收入 50 万元

营业外支出 50 万元（包括商品失窃、破损、盘亏等）

收支相抵后，收入 180 万元

## 5、税金

国税：增值税（毛利额×17%）

地税：城维税及教育附加（增值税额×10%）

项目 \ 毛利率	方案 1: 毛利率 18% (万元)	方案 2: 毛利率 15% (万元)
增值税	120	80
城维税及教育附加	12	8
合计	132	88

## 6、年总利润：

方案 1: 毛利率 18% (万元)	方案 1: 毛利率 15% (万元)
<b>1046</b>	<b>820</b>

7、企业所得税=（收入×核定税率×33%）：概算 10%。

方案 1: 毛利率 18% (万元)	方案 1: 毛利率 15% (万元)
<b>104</b>	<b>82</b>

## 8、净利润

方案 1: 毛利率 18% (万元)	方案 2: 毛利率 15% (万元)
<b>942</b>	<b>738</b>

## 二、敏感性分析:

序号	项 目	方案 1: 毛利率 18% (万元)	方案 2: 毛利率 15% (万元)
<b>1</b>	年销售额	<b>9000</b>	<b>9000</b>
<b>2</b>	日均销售	<b>25</b>	<b>25</b>
<b>3</b>	年毛利额	<b>1620</b>	<b>1350</b>
<b>4</b>	年总费用	<b>622</b>	<b>622</b>
<b>5</b>	年营业外收入	<b>180</b>	<b>180</b>
<b>6</b>	税金	<b>132</b>	88
<b>7</b>	年企业总利润	<b>1046</b>	<b>820</b>
<b>8</b>	企业所得税	<b>104</b>	<b>82</b>
<b>9</b>	净利润	<b>942</b>	<b>738</b>

## 三、盈亏平衡分析

序号	项 目	方案 1: 毛利率 18% (万元)	方案 2: 毛利率 15% (万元)
<b>1</b>	年不变费用	<b>622</b>	<b>622</b>
<b>5</b>	年企业总利润	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>7</b>	保本年销售额	<b>3450</b>	<b>4150</b>
<b>8</b>	保本日销售额	<b>9.5</b>	<b>11.5</b>

## 四：五年收益率：（注：固定投资总额 680 万）

项目	时间 销售 毛利率	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	年均收入及 年均回报率
		(万元)	(万元)	(万元)	(万元)	(万元)	
		<b>5000</b>	<b>7000</b>	<b>7500</b>	<b>8000</b>	<b>9000</b>	<b>562 万元</b>
		<b>16%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>	
毛利额（收入）		<b>800</b>	<b>1260</b>	<b>1350</b>	<b>1440</b>	<b>1620</b>	
营业外（收入）		<b>0</b>	<b>60</b>	<b>100</b>	<b>120</b>	<b>150</b>	
房屋租金		<b>200</b>	<b>240</b>	<b>260</b>	<b>280</b>	<b>300</b>	
固定投资分摊		<b>96</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	
水电费		<b>100</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	
人事费用		<b>126</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	
税捐		<b>60</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	
开办费		<b>50</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
其他费用		<b>30</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	
净收益（利润）		<b>138</b>	<b>694</b>	<b>804</b>	<b>894</b>	<b>1084</b>	<b>82%</b>
回报率		<b>20%</b>	<b>100%</b>	<b>118%</b>	<b>130%</b>	<b>150%</b>	

备注：1、上表支出项目每年略有变动，主要因为通过不断加强经营及管理去影响其成本的降低及业绩的提上，从而达到提高净利润的目的。

2、第一年盈利水平偏低，是因为商业本身就有一定的培育期，培育期恰恰又是其能否生存的关键时期，为此必须要有充足的资金链保障，并通过加强经营及提高管理水平使其度过困难期。因此投资人必须充分理解在此期间生存比什么都重要，且能保障资金链不断裂。一旦度过困难期，商户及消费群体就会形成忠实性支持，一般第二年就会有良好的回报。

## 第七部分：结论

根据以上调查分析，结论如下：

1、定位：根据郑州市场商业环境调查及郑州普惠购物广场柳林店周边情况分析，郑州普惠购物广场定位于标准化以生活为主的区域性综合超市。

2、郑州普惠购物广场的经营特色：体现生鲜/食品经营特色及便利舒适的购物环境,方便及满足周边1公里内的居民购物。

3、商品定位：依据郑州市和普惠购物广场商圈的消费习惯、消费心理及发展趋势的调查研究，普惠购物广场在商品定位时通过食品经营为主要经营品项，扩大生鲜食品营业面积来稳定目标顾客消费群体。附带休闲业种及中低端的服装、鞋帽为经营重点。

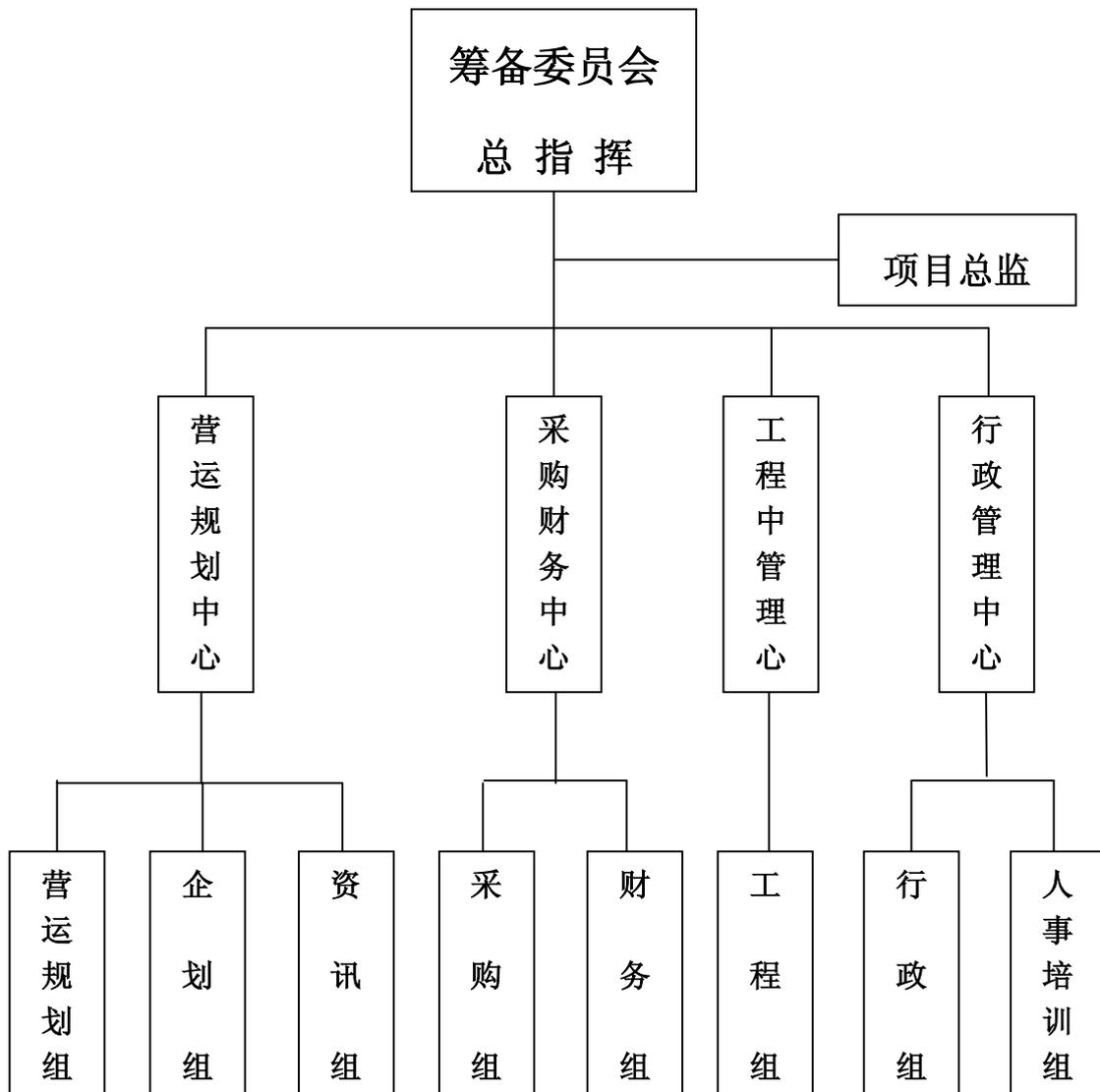
4、依据消费者对购物环境在超市经营中的重视程度分析，普惠购物广场应以舒适的购物环境，满足消费者休闲购物需求。

5、依据郑州市超市竞争的现状，该项目通过采用先进的标准化的超市作业流程，先进的信息化管理体系及资金的合理调配，降低成本，提高企业的市场竞争力和市场抗风险能力。

6、双节期间，是零售行业每年的销售旺季，根据历史经验，这一段时间的销售量一般要占全年销售量的三分之一左右，所以建议公司及早决策，争取在旺季来临之前开业经营，实现开门红，增强信心，并求事半功倍之效。

结语：通过我们对周边居民消费及市场竞争分析、效益预测分析，我们认为，普惠购物广场这个项目是可行的，具有良好的社会效益和经济效益。

附表一： 普惠购物广场项目筹备组织架构



总指挥： 总 监：

成 员：

分 工：负责采购组，财务组

负责行政组，工程组

负责企划组，资讯组

负责营运规划组

负责人事培训组

## 附表二：开业进度表

## 营运规划组

编号	项 目	时 间	天 数	备 注
1	市场调查及竞争分析	以下待定		
2	筹备部门组织建构			
3	投资预估分析			
4	卖场平面布局规划论证			
5	开业后组织架构规划			
6	卖场营运人员配置			
7	商品经营定位及竞争策略			
8	同业竞争调查			
9	商品结构定位			
10	外出培训学习			
11	厂商品牌拟定			
12	卖场内部作业流程设计			
13	员工招聘			
14	商品棚割表制作			
15	员工职前教育			
16	员工专业技能培训			
17	生鲜营运所需生财器具验收			
18	员工定岗定位			
19	商品进场上架陈列			
20	商品调整价格核对			
21	生鲜食品进场			
22	试营业			

## 企划组

编号	项 目	时 间	天 数	备 注
1	店面外装效果图设计	以下待定		
2	店面内装效果图设计			
3	招商广告设计发布			
4	员工服装设计发包制作			
5	商品促销流程规划			
6	工牌设计			
7	店堂、店外 POP 设计发包制作安装			
8	开业促销宣传计划制定实施			
9	会员卡设计发包制作			
10	广告位招租方案制定			
11	购物袋设计发包			
12	区域指引设计制作			
13	DM 商品选择			
14	DM 设计制作投放			
15	开业庆典方案制定实施			
16	CI 执行手册制定(标准色、标准字、POP、工牌、服装、店旗)			
17	试营业			
18	DM 投放			
19	开业庆典方案实施			

## 资讯组

编号	项 目	时 间	天 数	备 注
1	计算机信息管理系统规划	以下待定		
2	软硬件系统招标谈判发包			
3	编码体系制定			
4	建档作业流程规划			
5	布线工程施工			
6	建档录入作业			
7	MIS 系统培训			
8	软件工程调试			
9	核决权限规划			
10	价牌表单规划			
11	系统模块测试			
12	系统连接测试			
13	POS 操作培训			
14	试营业			

## 采购组

编号	项 目	时 间	天 数	备 注
1	货架及配件系统规划招标谈判发包	以下待定		
2	冷柜冷库系统规划招标谈判发包			
3	市场商品进价调查			
4	采购人员到位			
5	生鲜营运所需生财器具规划发包			
6	商品采购谈判流程规划			
7	市场商品售价分析			
8	商品结构定位			
9	厂商品牌拟定			
11	音响广播系统设计招标谈判发包			
10	防盗监控系统规划招标发包			
12	商品招商、厂商资料建档谈判			
13	商品品种筛选淘汰			
14	采购合同签订			
15	商品定价作业			
16	特价促销商品谈判			
17	商品棚割表制作			
18	定单下达			
19	商品进场协助验收			
20	商品调整核对价格			
21	试营业			

## 财务组

编号	项 目	时 间	天 数	备 注
1	申请开店的相关证照	以下待定		
2	投资预算审核			
3	内部人员定位定岗			
4	帐务处理初始化			
5	财税流程作业培训			
6	办理印鉴及银行开户			
7	采购合同审核			
8	厂商结付作业培训			
9	进货审核作业培训			
10	成本结算作业培训			
11	收银销售作业培训			
12	试营业			

## 工程组

编号	项 目	时 间	天 数	备 注
1	空调系统规划招标谈判发包	以下待定		
2	地板墙体内装工程规划施工			
3	店前广场、停车场土木工程规划施工			
4	给排水工程施工			
5	动力线照明系统的施工			
6	空调系统安装调试验收			
7	精品屋专柜工程的装修			
8	灯箱工程的设计施工			
9	防盗监控系统安装调试验收			
10	存包区、服务台设计施工			
11	货架系统进场安装、验收			
12	冷柜冷库系统进场安装、调试、验收			
13	音响广播系统安装调试验收			
14	试营业			

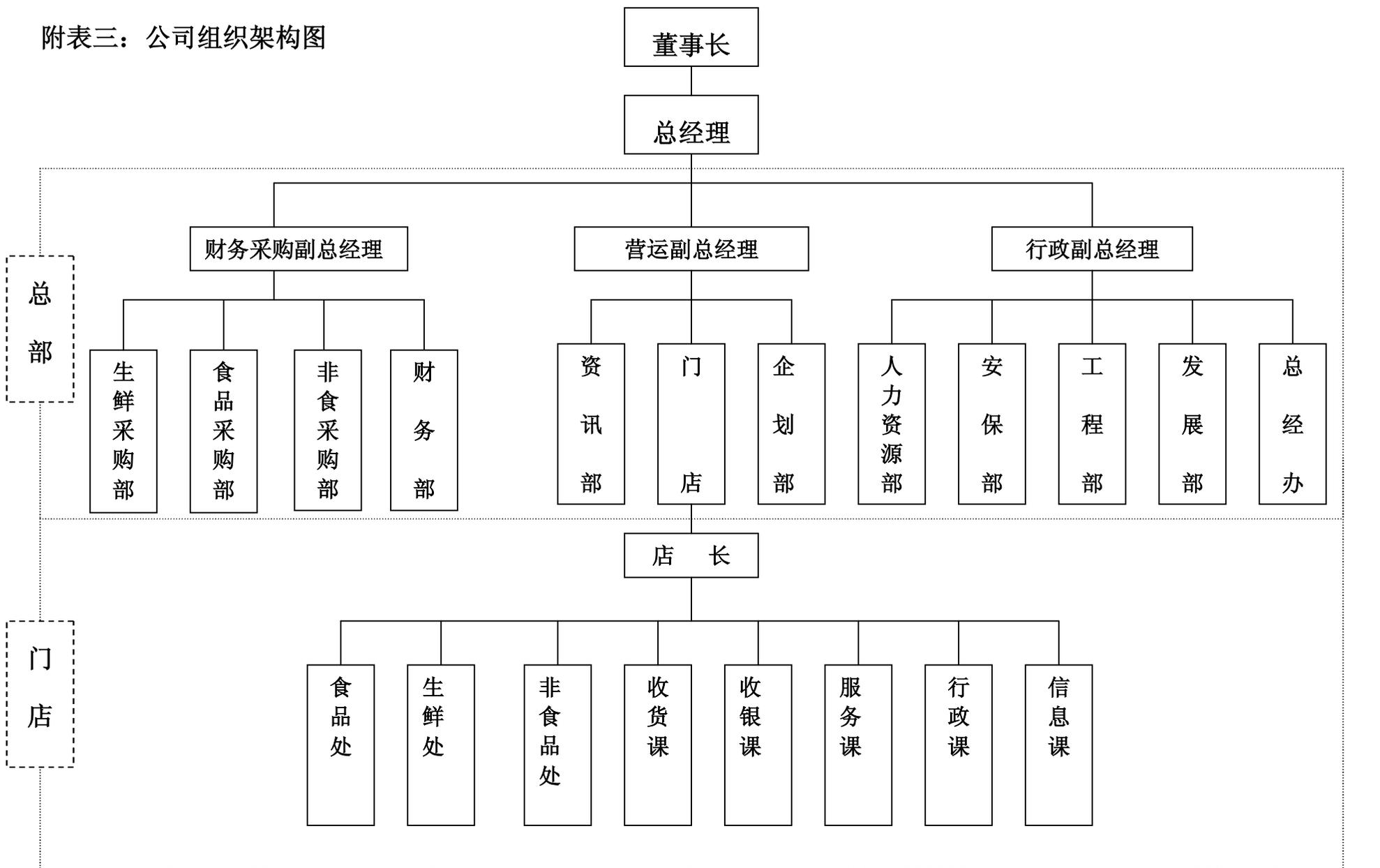
## 行政组

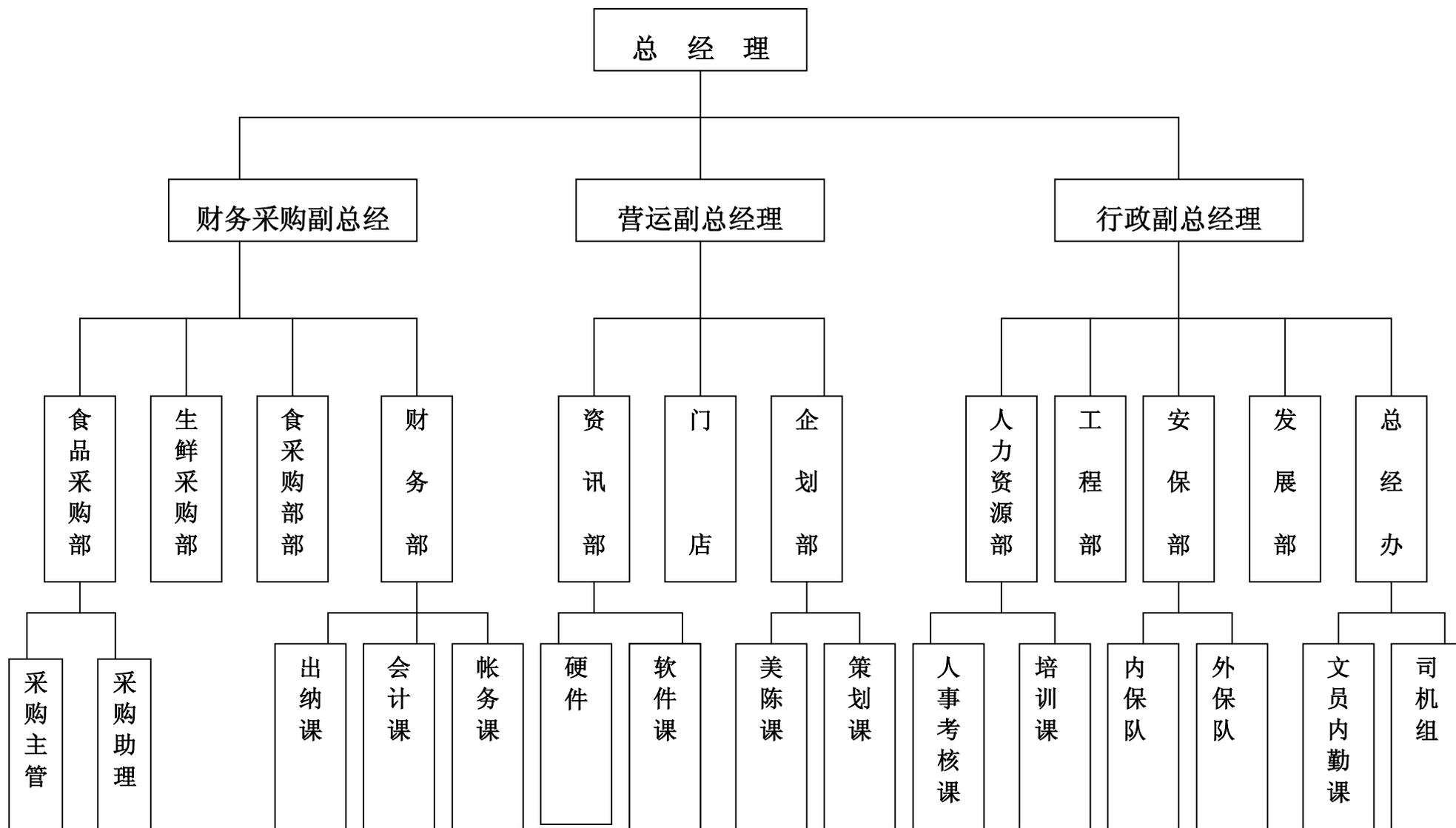
编号	项 目	时 间	天 数	备 注
1	筹备期间安保工作实施	以下待定		
2	筹备前台接待设立			
3	办公用品配置			
4	门面房招租方案制定实施			
5	保安消防器材配置			
6	营运耗材购买			
7	购物袋发包			
8	员工服装发包制作			
9	对企划宣传实施跟踪检查			
10	发放邀请函			
11	组织消防培训及演习			
12	试营业			

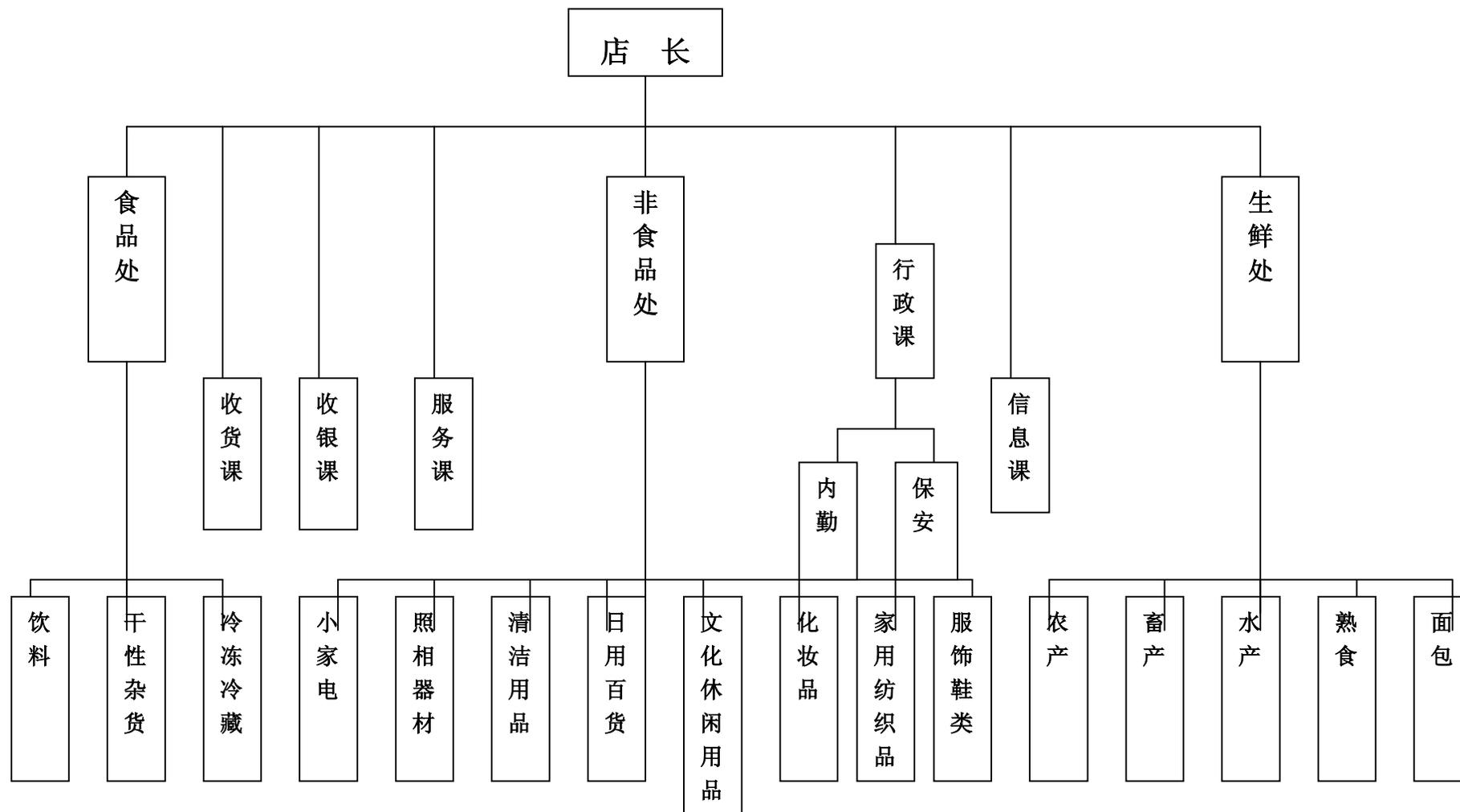
## 人事培训组

编号	项 目	时 间	天 数	备 注
1	人员招募计划制订	以下待定		
2	员工手册、表单表格证卡制作			
3	管理办法规章制度定案			
4	人员招募（广告、报名）			
5	培训计划制订实施			
6	选拔考核体检录取			
7	建立人事考核档案			
8	员工定岗定编			

附表三：公司组织架构图







根据前期接触我司建议：

- 一、项目名称微调，使其更具有商业品质，响亮的名字可以起到事半功倍及后期建立品牌的效果。

建议名称：普惠万家生活广场

店招方案及标准色：



郑州商联智胜商业咨询有限公司

2009年3月21日