

芜湖****动漫科技园投资商业计划书 (第三稿)

二零零八年三月

正文目录

第一章 项目背景介绍.....	1
1 概要.....	1
2 项目公司.....	1
3 项目简介.....	1
4 市场基础.....	1
5 项目投资价值.....	1
6 项目资金及合作.....	2
7 项目成功关键.....	2
8 项目发展使命与经济目标.....	2
第二章 芜湖投资环境分析.....	4
1 整体经济发展概况.....	4
1.1 GDP增长分析.....	4
1.2 固定资产投资增长分析.....	5
1.3 第三产业发展分析.....	6
2 芜湖经济在安徽省中的地位分析.....	6
2.1 GDP比较分析.....	6
2.2 固定资产投资增长比较分析.....	7
2.3 第三产业发展比较分析.....	7
3 芜湖未来发展机遇.....	7
3.1 中部崛起的政策机遇.....	7
3.2 长三角一体化的机遇.....	7
3.3 城市化进程加快的机遇.....	8
3.4 先进制造业带动新兴产业的机遇.....	8
第三章 芜湖房地产市场分析.....	9
1 芜湖房地产市场综合分析.....	9
1.1 宏观层面分析.....	9
1.1.1 房地产开发量增速.....	9
1.1.2 近三年来地产价格的变化趋势.....	9
1.1.3 芜湖土地市场供应结构分析.....	10
1.1.4 办公楼市场现状分析.....	10
1.1.5 芜湖房地产未来走势分析.....	12
1.2 微观层面分析.....	13
1.2.1 芜湖主要地产市场板块分析.....	13
1.2.2 2007年芜湖地产销售市场解读.....	15
1.2.3 2007年芜湖地产租赁市场解读.....	16
1.3 芜湖大商业市场解读.....	17
1.4 芜湖高校资源解读.....	18
第四章 动漫产业发展分析.....	19
1 2006年第三产业投资态势与趋势.....	19
2 动漫产业总体发展态势与市场前景展望.....	20

2.1	动漫产业发展概况	20
2.2	国内动漫产业发展现状分析	21
2.3	国内动漫产业发展环境分析	22
2.3.1	经济环境	22
2.3.2	消费环境	22
2.3.3	政策环境	22
2.4	国内动画产业发展面临的问题与挑战	23
2.4.1	漫画市场板块	23
2.4.2	原创动画板块	23
2.4.3	加工动画板块	24
2.4.4	衍生产品板块	24
2.5	国内动漫产业市场发展前景分析	25
2.5.1	动漫创作发展前景	25
2.5.2	动漫加工制作发展前景	25
2.5.3	衍生产品发展前景	25
2.6	动漫产业与高新技术联动发展前景分析	26
2.6.1	网络动漫	26
2.6.2	网络游戏	27
2.6.3	手机动漫	28
2.6.4	手机游戏	29
第五章	芜湖动漫产业发展分析与前景预测	30
1	芜湖动漫产业发展的SWOT分析	30
1.1	优势	30
1.2	劣势	31
1.3	机会	32
1.4	威胁	32
2	芜湖动漫产业前景预测	32
2.1	动漫原创前景预测	32
2.2	动漫加工制作前景预测	33
2.3	动漫衍生产品前景预测	34
3	国内主要动漫基地比较分析	34
3.1	动漫基地介绍	34
3.2	动漫基地分类	35
3.2.1	产业孵化型	35
3.2.2	产业示范开发型	35
3.2.3	产业教育型	36
3.3	国内几大动漫产业基地运营状况	36
3.4	动漫产业基地发展存在问题	38
3.5	芜湖****动漫科技园发展对策	38
第五章	项目建设选址及建设条件论证	42
1	项目建设选址	42
2	选址建设条件	44
2.1	区位条件和交通条件	44
2.2	环境条件	44

2.3 基础配套设施.....	44
3 项目规划方案.....	44
4 详细规划设计指标.....	46
5 项目建设内容.....	46
6 项目建设用地及建设规划.....	47
7 项目建设进度计划.....	47
第六章 招商规划.....	50
1 概述.....	50
2 招商优势.....	50
3 招商目标行业市场研究.....	51
4 招商行业方向与目标企业锁定.....	51
4.1 产业招商.....	51
4.2 其它招商.....	52
4.3 招商重点区域.....	52
5 招商方式与策略.....	54
5.1 招商方式.....	54
5.2 招商策略.....	55
6 招商计划.....	56
第七章 项目营销推广策略.....	57
1 项目营销推广总体理念.....	57
2 项目营销推广的阶段性工作构思.....	57
2.1 筹备期.....	57
2.2 试水期.....	57
2.3 强推期.....	58
2.4 收割期.....	58
3 项目宣传手段构思.....	58
3.1 硬件塑造.....	58
3.2 活动新闻软性宣传.....	58
3.3 项目合作性推广策划.....	59
第八章 项目开发运营模式分析.....	60
1 项目开发节奏.....	60
2 物业租售模式分析.....	60
2.1 模式A：短期投资策略.....	60
2.2 模式B：中期持有策略.....	61
2.3 模式C：长期持有策略.....	61
3 定价策略.....	61
3.1 租赁价格.....	61
3.2 销售价格.....	62
4 园区经营管理模式分析.....	62
4.1 园区经营管理指导思路.....	62
4.2 园区经营管理系统框架.....	63
4.3 园区盈利模式分析.....	64
第九章 项目建设与运营相关政策体系分析.....	66
1 民营科技园政策研究背景分析.....	66

1.1 民营科技园运行内涵概述.....	66
1.2 民营科技园政策体系分析.....	66
2. 政策体系研究整体思路解读.....	67
2.1 国外动漫产业政策借鉴分析.....	67
2.2 现有动漫产业扶持政策解读.....	68
第十章 项目财务分析与评价.....	71
1 基于不同开发模式下的财务评价路径.....	71
2 基于开发模式A的财务分析.....	71
2.1 项目建设阶段成本费用测算.....	71
2.2 项目销售收入测算.....	72
2.3 项目运营收入测算.....	73
2.4 项目运营效益分析.....	75
3 基于开发模式B的财务分析.....	76
3.1 建设成本费用测算.....	76
3.2 销售收入分析.....	76
3.2 租赁收入分析.....	77
3.3 投资效益分析.....	77
3.4 现金流分析.....	78
4 基于模式C的财务评价.....	78
4.1 项目建设成本费用测算.....	78
4.2 项目租赁收入测算.....	79
4.3 项目投资效益分析.....	79
4.4 项目现金流分析.....	80
5 三种投资模式比较分析.....	80
6 基于前期免租条件下的财务评价.....	82
6.1 项目建设成本费用测算.....	82
6.2 项目经营收入测算.....	82
6.3 项目投资效益分析.....	83
6.4 项目现金流分析.....	83
6.5 结论.....	84
7 800亩意向地块的财务分析.....	84
8 园区项目与800亩意向地块项目合并财务分析.....	86
第十一章 项目股权转让方案分析.....	90
1 方案一：股权收购方案.....	90
2 方案二：增资扩股方案.....	90
3 两种方案比较分析.....	90
第十二章 结论与建议.....	91
1 项目战略前景.....	91
2 项目可行性综合评价.....	91
2.1 市场可行性.....	91
2.2 财务可行性.....	91
2.3 实施可行性.....	91
3 实施建议.....	92
附件一：基于开发模式A下的财务测算.....	94

附件二：基于开发模式B下的财务分析.....	97
附件三：基于开发模式C下的财务分析.....	100
附件四：基于前期免租条件下的财务分析.....	103

图表目录

图-1 芜湖生产总值与增长值的变化	5
图-2 芜湖固定资产投资总额与增长率的变化.....	5
图-3 芜湖第三产业增加值及增长率的变化	6
图-4 芜湖住宅、办公楼、商业用房的新开工面积	11
图-5 芜湖办公楼新开工面积	11
图-6 芜湖办公楼平均价格	12
图-7 2004 年至 2007 年动画产量与增速图	21
图-8 国际主流动漫产业价值链演示图	21
图-9 2005 年至 2010 年网络动漫市场预测	27
图-10 2006 年至 2011 年大型角色扮演类网络游戏市场预测	27
图-11 2006 年至 2011 年休闲游戏市场预测	28
图-12 2006 年至 2010 年手机动漫市场预测	28
图-13 手机游戏市场预测	29
图-14 动漫基地分类比例	36
图-15 日本动画产业结构图	39
图-16 窗口战略和资源重复使用战略图	39
图-17 制作委员会流程图	40
图-18 项目地块在芜湖的位置.....	43
图-19 项目地块在芜湖高新区的位置	43
图-20 ****动漫科技园总体规划图	45
图-21 园区经营管理系统框架图	63
图-22 园区盈利模式图	65
图-23 三种模式回报率分析	81

表格目录

表-1 芜湖 2007 年新建商品房平均销售价格情况分析表.....	9
表-2 城中板块介绍	13
表-3 城南板块介绍	13
表-4 鸠江区板块介绍	14
表-5 三山区板块介绍	14
表-6 2007 年主要住宅新盘介绍	15
表-7 2007 年主要写字楼线盘介绍	15
表-8 2007 年配套商业新盘介绍	16
表-9 2007 年分区、分物业类型租赁价格介绍	16
表-10 芜湖主要大商业列表	17
表-11 芜湖高校列表	18
表-12 2006 年第三产业各行业固定资产投资增速排名	19
表-13 国家级动漫基地名单	34
表-14 国内几大动漫基地运营情况	37
表-15 项目建设用地及规划面积表	47
表-16 项目建设进度计划表	47
表-17 项目开发节奏	60
表-18 日韩动漫产业扶持政策	67
表-19 国家、省、市对动漫出纳也扶持政策要点解读	68
表-20 项目建设总成本费用表（模式A）	72
表-21 项目销售收入表（模式A）	73
表-22 项目租赁收入表（模式A）	74
表-23 项目运营效益分析表（模式A）	75
表-24 现金流量表（模式A）	75
表-25 项目总建设成本表（模式B）	76
表-26 项目销售收入分析表（模式B）	76
表-27 项目租赁收入分析表（模式B）	77
表-28 项目投资效益分析（模式B）	77
表-29 项目现金流量表（模式B）	78
表-30 项目总建设成本费用表（模式C）	78
表-31 项目经营收入表（模式C）	79
表-32 项目投资效益分析表（模式C）	79
表-33 项目现金流量表（模式C）	80
表-34 三种开发模式财务评价	80
表-35 项目租赁收入表（基于前期免租条件）	83
表-36 项目投资效益分析（基于前期免租条件）	83
表-37 项目现金流量表（基于前期免租条件）	83
表-38 800 亩意向地块投资开发强度	84
表-39 800 亩意向地块销售总量预测	85
表-40 800 亩意向地块分年度销售预测	85

表-41	800亩意向地块投资效益分析	86
表-42	800亩意向地块现金流分析.....	86
表-43	项目与800亩意向地块捆绑开发投资效益分析（模式B）	87
表-44	项目与800亩意向地块捆绑开发现金流分析（模式B）	87
表-45	项目与800亩意向地块捆绑开发投资效益分析（模式C）	87
表-46	项目与800亩意向地块捆绑开发现金流分析（模式C）	88

第一章 项目背景介绍

1 概要

本报告为芜湖****动漫科技园项目投资商业计划书，为新黄浦领导层对投资本项目提供决策参考。

2 项目公司

本项目开发建设的主体是芜湖****科技投资有限公司，由杭州****科技有限公司全资控股。公司注册地址芜湖市交通银行利民路支行，注册资本 1 亿元，法人代表汪清沅。

3 项目简介

芜湖****动漫科技园坐落在芜湖弋江区九华南路与峨山路路口地块，占地 200 亩，建筑面积 27 万平方米左右。本项目将规划建设以动漫游戏生产制作为核心的动漫基地与以软件设计开发为主体的 IT 软件园；同时围绕动漫基地与 IT 软件园的主体功能，项目将规划科技服务中心、研发中心、人才公寓与商业配套，承担动漫游戏与高科技研发、公共科技服务与综合配套的功能。

4 市场基础

在产业升级与结构调整的驱使并由相关扶持政策的推动下，由于芜湖以动漫、软件及衍生的相关产业迅速发展，对开发区与高新区内的郊区型写字楼以及相关配套的需求量大大提升，为本项目创造了良好的市场基础。

5 项目投资价值

项目在以销售为主的开发模式 A 下，30 年平均投资回报率 6.23%，30 年内部回报率 15.12%；20 年平均投资回报率 3.62%，20 年内部回报率 13.59%；投资回收期 6.3 年。

项目在以租赁为主的开发模式 B 下，30 年平均投资回报率 7.24%，30 年内部回报率

12.97%；20年平均投资回报率2.49%，20年内部回报率9%；投资回收期15.6年。

项目在只租不售的开发模式C下，30年平均投资回报率6.29%，30年内部回报率11.61%；20年平均投资回报率0.23%，20年内部回报率3.07%；投资回收期19.6年。

800亩意向地块6年平均投资回报率在14.8%，投资回收期2.81年，内部回报率36.8%；

如果本项目与800亩意向地块捆绑开发，合并财务报表，则在开发模式B下，项目8年平均投资回报率9.08%，投资回收期4.31年，内部回报率23.75%；在开发模式C下，项目8年平均投资回报率8%，投资回收期4.55年，内部回报率18.34%。

6 项目资金及合作

项目总投资4.5亿，投资商杭州****科技将通过出让项目公司60%股权，和潜在的战略投资者新黄浦共同出资1亿元作为自有开发建设资金，其余资金通过银行贷款与预售回笼资金解决。

7 项目成功关键

项目在强大的资金基础支持下，按照既定计划于2010年底完成建设任务，同时借助于新黄浦强大的招商资源与管理平台，在项目全面运营后带来充沛的现金流。

8 项目发展使命与经济目标

以动漫产业与软件产业的引入、培育为主要发展目标，通过核心企业的引入，并在园区建立良好的管理、服务、支持、孵化体系，在当地形成科技、创意类企业与有孵化需求的中小企业的的首选办公地点，并由此带动租售率与平均租售价格的提高，最终在财务上形成资金流的良性循环。

第二章 芜湖投资环境分析

1 整体经济发展概况

芜湖市作为一个拥有 220 万人口的滨江之都, 位于安徽省东南部, 地处长江下游南岸, 是安徽省内无可厚非的经济中心。根据有关机构评测, 在国内 200 个城市中, 芜湖综合竞争力排第 52 位, 增长指数高居全国城市第 8 位, 其经济成长空间正得到越来越多的重视与垂青。

2006 年芜湖国民经济仍保持稳定增长, 发展连创新高, GDP 总值和增长率增长较快, 固定资产投资继续增长。这一良好局面首先得益于工业增势强劲的支撑, 而第三产业的持续稳定增长, 也大大提升了芜湖经济运行质量。在安徽省各市的经济发展中, 芜湖市的各项指标一直走在前列。而与同类型城市的对比中, 芜湖的经济发展有着自己的特色, 总体而言, 芜湖的市场潜力巨大。芜湖经济的快速增长, 人均收入的增加, 为房地产业与其它产业的可持续发展提供了保证。

1.1 GDP 增长分析

近几年来, 芜湖市总体经济和工业增加值一直维持在一个较高的水平上; 2002 年至 2005 年的 GDP 和工业平均增长率分别达到 13.9% 和 17.3%, 大大高于中国同期的平均增长率。2006 年的增速更是 9 年来的新高, 快速发展的背后是投资、进出口、消费、工业生产方面增速的加快。从图中我们可以看到, 2004 年, 全年实现地区生产总值 345.07 亿元, 比上年增长 14.6%; 2005 年, 全年实现地区生产总值 400.65 亿元, 比上年增长 13.1%; 2006 年, 芜湖市全年实现地区生产总值 479.72 亿元, 比上年增长 15.4%。

2004-2006年芜湖生产总值与增长值的变化

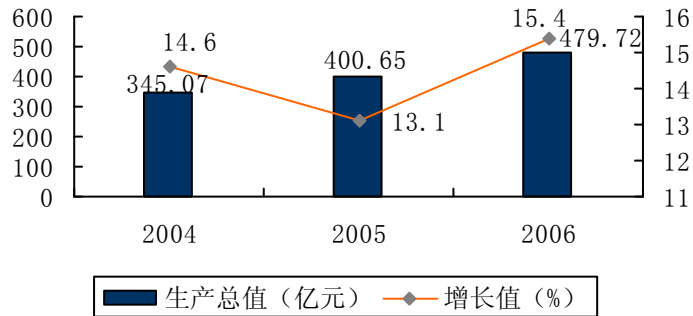


图 1 芜湖生产总值与增长值的变化
(数据来源：安徽省统计年鉴)

1.2 固定资产投资增长分析

从整体上看，芜湖市国民经济继续保持着较快的发展态势，固定资产投资总额呈上升趋势，全年投资总额增长 30%；其中，第二产业投资增长 35.9%，第三产业投资增长 26.5%，房地产开发投资增长 35.7%。

2004-2006年芜湖市固定资产投资总额与增长率的变化

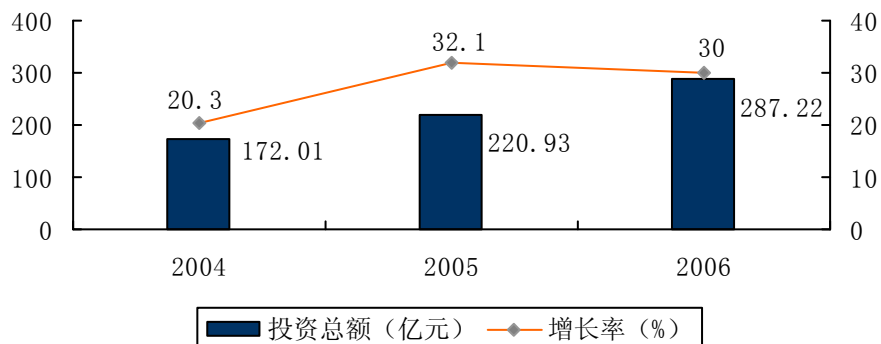


图 2 芜湖固定资产投资总额与增长率的变化
(数据来源：安徽省统计年鉴)

1.3 第三产业发展分析

2007年芜湖的人均GDP已经超过3000美元，在正常水平下，3000美元人均GDP的区域，第三产业与第二产业的比例应该相当，但由于近几年芜湖工业在汽车业的带动下超速发展，芜湖的第三产业占GDP比重反而逐年下降了，根据安徽统计年鉴数据，2006年芜湖实现第三产业增加值179亿元，占GDP的37.3%。但随着芜湖先进制造业生产布局的基本完成以及工业化对新兴产业的带动，未来几年芜湖将迎来第三产业快速发展的契机。

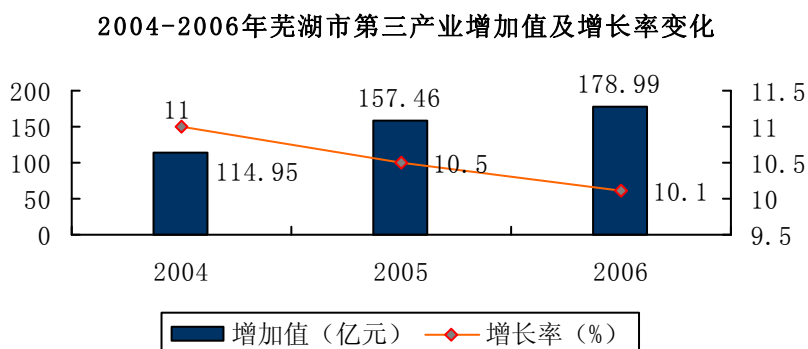


图3 芜湖第三产业增加值及增长率的变化
(数据来源：安徽省统计年鉴)

2 芜湖经济在安徽省中的地位分析

2.1 GDP比较分析

2006年，无论从地区生产总值、增长率还是人均生产总值上看，芜湖的各种经济指标都居于安徽省的前列。芜湖GDP增长稳定快速，在安徽省总量排名第三，人均GDP在全省排名第四，比省平均水平高近两倍。芜湖经济的增幅居全省第三，比省平均增幅12.75%高出2.65个百分点。

2.2 固定资产投资增长比较分析

2006 年，芜湖市固定资产投资总额在全省范围内排名第三，是省固定投资额平均水平的两倍，显示了芜湖良好的投资环境与产业吸引力。

2.3 第三产业发展比较分析

与芜湖在安徽省内的工业地位相比，芜湖第三产业无论从产业经济总量、产业结构与增速而言，在安徽排名都不算靠前，虽然芜湖金融业与房地产业规模均在安徽排名第二，但其他新兴产业发展步伐依然不够大。但芜湖作为政府引导经济行为比较成功的城市，在良好的产业基础平台的支撑与各项扶持鼓励第三产业的政策的刺激下，第三产业的发展前景与空间将相当看好。

3 芜湖未来发展机遇

3.1 中部崛起的政策机遇

芜湖在过去 15 年经济建设中,通过重点骨干企业的发展与支撑,新的经济增长点已经开始发挥效益,企业内生增长机制的形成带动地方经济逐步由传统粗放式经济增长转向内源式经济增长模式。而在国家支持中部崛起战略和安徽东向发展战略的推动下,携全面对接长三角之势,芜湖将进一步改善投资环境,增强自主创新能力,突破地域与空间的限制,以调整产业结构、转变经济增长方式为“十一”规划的重心与方向。

3.2 长三角一体化的机遇

行政区划调整后,芜湖作为中部省份中离长三角最近的人口超百万的城市,将面临前所未有的机遇。随着芜湖融入长江三角洲经济圈的步伐加快,在经济、交通、信息、人才等各方面将受到长三角发达城市的全面辐射,并承接产业梯度转移带来的投资机会。

3.3 城市化进程加快的机遇

芜湖市在推进城市化进程中，围绕建设先进制造业基地、综合交通枢纽、滨江山水园林城市、区域经济文化中心的总体要求，打造城乡一体“大芜湖”格局，在新一轮城市规划中，打破市区、郊区、县城、农村等行政区划束缚，强化城市概念，建立起工业带动农业、城市支持农村、城乡良性互动的长效机制，形成了城乡一体化发展优势。

3.4 先进制造业带动新兴产业的机遇

改革开放以来，芜湖的工业已形成规模，产业梯度结构渐趋合理，产业配套门类基本齐全，支柱产业的价值链已经得到充分延伸。芜湖先进制造业的发展为新兴产业提供了良好的生长土壤，而以科技信息、文化创意为代表的新兴产业的发展是区域产业结构成熟化和完善化的标志，是现代城市发展、地区经济发展的助推器，有着多方面的积极作用。芜湖在全面建设创新型社会的政策感召下，通过全方位培育当地信息、软件、会展、创意等产业集群，全面构建与经济社会发展水平相吻合、与先进制造业基地相配套、与区域经济文化中心相协调、与山水园林城市相适应，能够不断满足城乡居民需要的现代服务业体系，从而为工业化提供增长动力，为城市化拓展发展空间，为市场化注入发展活力。

第三章 芜湖房地产市场分析

1 芜湖房地产市场综合分析

1.1 宏观层面分析

1.1.1 房地产开发量增速

2007年，芜湖市在城市房地产开发建设方面继续稳步增长。房地产行业投资额与销售面积等多项指标都实现了大幅度的增长。

据芜湖市开发办有关统计数据显示，2007年全市房地产行业完成投资88.90亿元，比去年同比增加49.8%；2007年全市新开工面积332.23万平方米，其中住宅达259.48万平方米；住宅竣工面积达138.84万平方米，比上年增加38.19%；房屋销（预）售面积达195.92万平方米，其中住宅为177.42万平方米，比去年增加124.26%，市区房屋（预）销售面积为159.07万平方米，住宅销售达146.04万平方米，增幅为38%，写字楼与商业等经营性用房销售面积为13万平方米。同时，2007年芜湖市住宅的空置率下降了41.2%，显示了对住宅市场的强劲需求。

1.1.2 近三年来地产价格的变化趋势

在2005年年中房地产宏观调控新政出台后，芜湖平均房地产价格出现了回调，在2005年末到达谷底后开始反弹，在之后阶段均保持稳定快速增长。从整体上看，在国家宏观调控政策基本稳定的情况下，市场机制使得芜湖市房价继续运行在合理轨道上，价格基本保持着微幅上扬的态势。2007年以来芜湖市房地产市场发展情况继续显现着宏观调控以来的良好效果，房地产市场也继续维持着健康有序的发展态势，但城中区与城南区重新呈现快速增长的势头。

表1 芜湖2007年新建商品房平均销售价格情况分析表

(数据来源：芜湖住宅与房地产信息网)

区域	预售面积 (平方米)	预售备案均价 (元/平方米)	实际销售均价 (元/平方米)	2006年实际销 售均价 (元/平方米)	同比增长 (%)
市区整体	1301434	4381	4281	3295	29.92
城中区	418843	5374	5277	3634	45.21

城南区	560020	4423	4297	3270	31.41
三山区	44189	2097	2067	1718	20.31
城北区	278380	3164	3101	3148	-1.5

1.1.3 芜湖土地市场供应结构分析

根据芜湖市房地产管理局信息中心提供的资料，2007 年全年，芜湖市区土地市场共出让土地 17 宗，虽然只比去年增加 1 宗，但从土地出让面积来看，2007 年土地出让面积多达 397.53 万平方米（去年同期为 87.73 万平方米），较去年同期增加 353.12%。由于芜湖区域性中心城市地位逐渐形成，吸引了一批有实力的房地产上市公司来芜湖投资开发，从而使得土地市场竞争日益激烈，土地拍卖价格攀升较快。

1.1.4 办公楼市场现状分析

● 办公楼发展政策环境分析

2006 年 12 月 1 日，芜湖有关部门出台《关于房地产权属登记若干问题的规定》，其中第五条其中一款规定：“办公用房不得以个人名义申请办理权属登记，必须以市工商行政管理部门登记注册的各类经营实体名义申请方可办理，且不得以住宅名义办理按揭贷款或提取住房公积金，不得享受居民生活用水、用电、用气价格”。同时，“办公用房的地下车库只能整体登记发证，不得空间拆零分割申请办理权属登记”。

这一政策的出台表明个人不再允许购买写字楼。而在过去的芜湖，以个人名义购买写字楼并当住宅使用已经是“行规”。该规定的出台将规范芜湖住宅市场与写字楼市场的界线，也为写字楼市场带来了新一轮发展机遇。

在 2007 年 1 月 11 日举办的芜湖首次全市房地产开发企业座谈会上，芜湖市政府副市长洪建平指出“随着城市经济的发展，写字楼的开发肯定是个大趋势，芜湖这次不允许个人购买写字楼，是因为芜湖的写字楼和其他城市不一样，它已经变味了，不是真正的写字楼。我们有些企业在利益的趋势下在把写字楼当住宅卖，这样就失去了写字楼的作用，也失去了写字楼开发的意义。”

由于芜湖对国家政策的执行力度一直都比较强，很多方面都走在兄弟城市的前列，这一轮规范写字楼市场的政策规定将为芜湖写字楼市场的健康发展奠定坚实的基础。

● 开发量分析

最近三年芜湖住宅、办公楼和商业用房的新开工面积的结构比例由 82.5 : 0.5 : 17 调整为 85 : 5 : 10, 而办公楼的新开工面积更是呈几何式增长, 照此发展趋势, 接下来的几年在芜湖的房地产市场, 办公楼将呈快速上升发展趋势。

2004-2006年芜湖市住宅、办公楼和商业用房的新开工面积

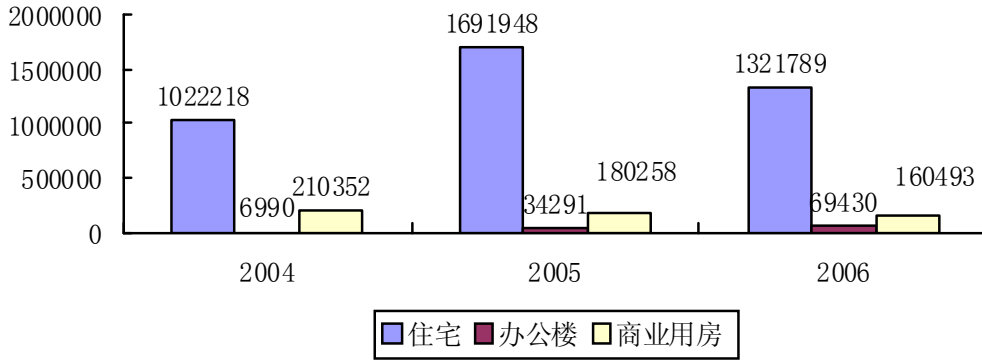
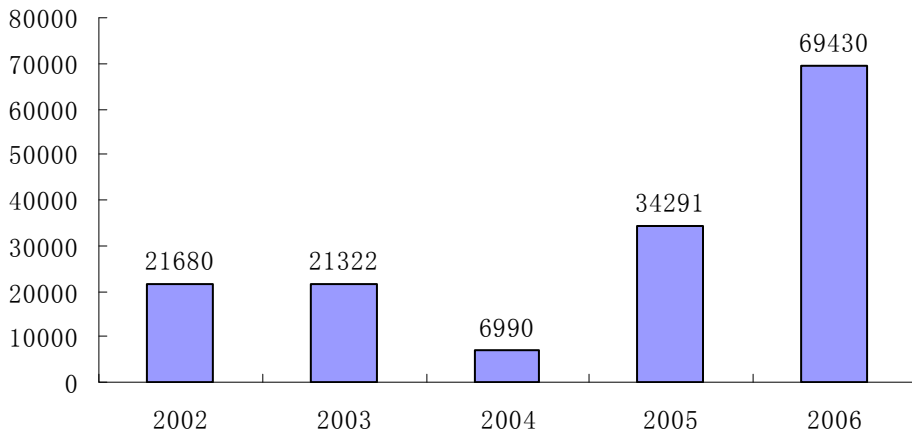


图-4 芜湖住宅、办公楼、商业用房的新开工面积
(数据来源:安徽省统计年鉴)

2002-2006年芜湖市办公楼新开工面积(平方米)



5 芜湖办公楼新开工面积
(数据来源:安徽省统计年鉴)

● 销售量分析

目前无法获取近几年来芜湖办公房销售面积数据, 而且尚无法对办公用房销售量进行分类, 即区分购房人是用于居住功能还是用于办公功能。

● 价格走势分析

总体而言, 芜湖的销售型办公楼的价格相对较低, 主力价格段在 3000 元/平方米—4500 元/平方米。

2004 年以来，芜湖办公楼价格增速很快，甚至超过了同期住宅价格的增速。

2002-2006年芜湖市办公楼平均价格（元/平方米）

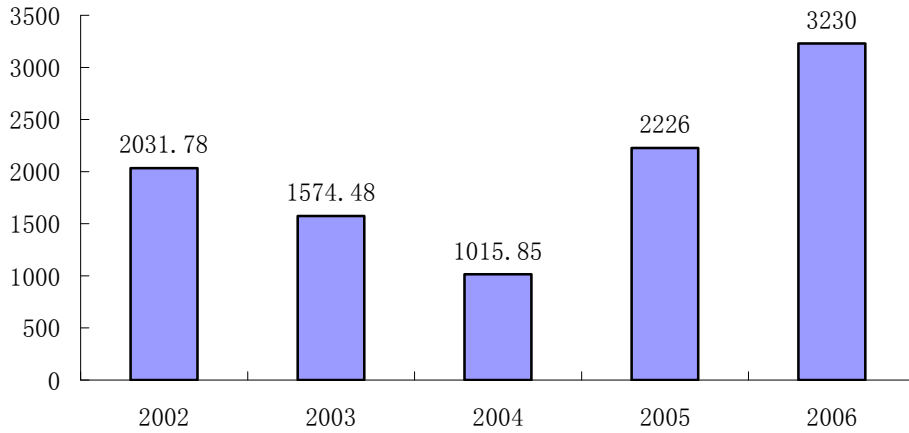


图 6 芜湖办公楼平均价格

● 市场发展趋势预测

2006 年，芜湖各类注册的企业已达 10808 家，其中，中小企业总数已由 2005 年的 8443 户增加到 2006 年的 9500 余户，业内人士分析，芜湖目前的办公楼销售市场办公楼市场由于政策的调整以及各种产业集群的建设，区域成长性比较强，而中小型民营企业的蓬勃发展，使芜湖未来办公楼市场的发展态势得以看好。

1.1.5 芜湖房地产未来走势分析

总体而言，2005 年以来，在国家宏观调控和市场机制的双重作用下，芜湖市紧紧围绕正确引导和完善房地产市场这个核心，采取积极有效措施，促进房地产业持续健康发展。当前芜湖市房地产市场总体运行基本正常，市场结构趋向合理，地产价格呈稳步上升趋势，宏观调控效果逐步显现。

芜湖市近几年每年新增城镇人口约 2—3 万人，每年新增大学生约 1 万多人。同时随着城市化进程的加快，民营企业的快速发展，以及购房入户政策的实施，都会吸引大量的外来人口购房，据测算新增人口每年大约需要住房近 80 万平方米。据房地产销售情况统计显示：2004—2006 年芜湖外来人口购房和农民进城购房的比例达 59.9%。此外，芜湖市流动人口近 100 万，有一大部分属于进城务工人员，对房屋租赁有很大的市场需求。

目前，芜湖市人均建筑面积为 32.62 平方米，人均使用面积 18.83 平方米，人均居住面积 14.24 平方米，离“人均居住面积 25 平方米”的小康居住水平仍有一定差距，住房建设的空间仍然很大。

2006年, 芜湖各类注册的企业已达 10808 家, 其中, 中小企业总数已由 2005 年的 8443 户增加到 2006 年的 9500 余户 (这一数量甚至超过浙江省中小企业最多的宁波市——8767 家), 业内人士分析, 芜湖目前的办公楼销售市场办公楼市场由于政策的调整以及各种产业集群的建设, 区域成长性比较强, 而中小型民营企业的蓬勃发展, 使芜湖未来办公楼市场的发展态势得以看好。

1.2 微观层面分析

1.2.1 芜湖主要房地产市场板块分析

根据易居房地产营销机构提供的分析资料, 芜湖主要房地产市场板块分析如下:

● 城中板块

城中板块南到沿河路、北接天门山路、西至长江沿线、东到弋江路。是芜湖市的传统中心。该区域以住宅、商业和写字楼项目为主, 住宅多为高层豪宅, 代表性项目有世茂滨江花园、左岸生活社区、侨鸿国际等诸多项目。价格在 4300 元-8000 元之间。

表-2 城中板块介绍

(资料来源: 易居房地产营销机构)

楼盘档次	高档	中高档
均价	5500 元以上	5000 元以下
物业形态	住宅、商业、写字楼	住宅
主力户型	住宅 90-120、商业 25—70 平米、写字 楼敞开式	三房两厅 110 平米以上
消费群体	全市居民, 投资户居多。职业特征为生意人、私企老板、行政事业单位职工	
社区规模	中盘为主, 以 5—10 万平米项目居多	

● 城南板块

城南板块主要指沿江路以南弋江区大部区域。北依青弋江, 西临长江, 南滨漳河, 东至荆山河。弋江区地处芜湖市城市发展中心区域。该区域住宅、商业以沿江边发展速度较快, 形成了具有代表性的中高档楼盘如长江长现代城、中央城等诸多楼盘。

表-3 城南板块介绍

(资料来源: 易居房地产营销机构)

楼盘档次	高档	中低档
------	----	-----

均价	5500 元以上	5000 元以下
物业形态	高层、商业、写字楼	多层、小高层
主力户型	三房两厅 70—120 平米	两房两厅 100 平米以下
消费群体	以本地板块消费人群为主，外商消费为辅，多为传统居民	
社区规模	中、大盘为主，以 3—50 万平米项目居多	

● 鸠江区板块

鸠江区位于芜湖市东北部，西临长江，是芜湖市所辖四区之一。该区域以工业区为主，区内有国家级芜湖经济技术开发区、朱家桥外贸码头，跨越境内的芜湖长江大桥、芜宁高速公路、芜合高速公路、芜杭高速公路和 205 国道在境内交汇。具有代表性的住宅有北城水岸、凤凰城系列楼盘、信德翡翠湾等随着房地产市场蓬勃发展形成了一批开发规模较大的楼盘，现阶段住宅均价在 2930 元—3538 元之间。

表-4 鸠江区板块介绍
(资料来源：易居房地产营销机构)

楼盘档次	中低档	低档
均价	3000 元--3500 元以下	3000 元以下
物业形态	多层、商业	多层
主力户型	两房二厅 70—95 平米	三房两厅 100 平米以下
消费群体	以本板块普通消费者为主，生意人、拆迁户和企业职工为主	
社区规模	中、小盘为主，以 3—70 万平米项目居多	

● 三山区板块

三山区位于芜湖市城区西南部，是芜湖市最具发展潜力的新兴城区，区位优势，交通便捷，工业基础较好。该区在努力打造集电力能源、汽车制造、特色农业、物流业和商贸服务业为一体的现代化城区。代表性的楼盘有江滨花园、金鑫花园、锦江家园、龙湖花园等，现阶段住宅均价在 1800 元—2000 元之间。

表-5 三山区板块介绍
(资料来源：易居房地产营销机构)

楼盘档次	中低档
均价	2000 元以上

物业形态	住宅、商业
主力户型	三房两厅 70--120 平米
消费群体	全市居民，投资户居多。职业特征为生意人、私企老板、行政事业单位职工
社区规模	中盘为主，以 5—50 万平米项目居多

据以上分析可以得知，弋江区与镜湖区是芜湖主要中高档及高档楼盘的聚集区，随着未来城市发展轴线向南延伸，弋江板块的发展前景将更为乐观。

1.2.2 2007 年芜湖地产销售市场解读

● 住宅

根据房网与实地调研结果，2007 年城中、城南板块新盘数据如下：

表-6 2007 年主要住宅新盘介绍

板块	楼盘	价格范围 (元 / 平方米)
城中板块	融汇锦江	4700
	香榭丽舍	4300
	世贸滨江	7300
	月桂都市	5300
城南板块	长江长现代城	6300
	中央城	5200
	江岸明珠	4900
	汇成名郡	5000

根据以上表获知，2007 年高档楼盘不断推出，均价不断刷新芜湖甚至整个安徽省的记录，由于目前城南板块是芜湖市场热点的趋向所在，价格与城中板块主要楼盘相差越来越小。

● 写字楼

根据芜湖 365 地产家居网与实地调研结果，2007 年芜湖写字楼新盘数据如下：

表-7 2007 年主要写字楼新盘介绍

楼盘	价格范围 (元 / 平方米)
镜街金鼎 SOHO	10500
侨鸿国家商城	7800
联盛国际大厦	未开盘

2007 年新建的写字楼由于在规划理念、设计标准与物业管理方面较前几年开发的办公

楼已经在各个方面都有了质的飞跃，如侨鸿国际大厦是皖南第一高楼与芜湖第一座甲级写字楼，镜街金鼎 SOHO 也是芜湖档次最高的集商住一体的 SOHO 办公楼；相比前几年写字楼价格与周边同类住宅价格倒挂的现象，2007 年开发的写字楼将把芜湖写字楼市场带入一个新的时代。虽然以上楼盘均位于城中板块，但给城南板块提供了很多的发展的启示。

● **配套商业**

根据芜湖 365 地产家居网与实地调研结果，2007 年芜湖配套商业新盘数据如下：

表-8 2007 年配套商业新盘介绍

板块	楼盘	目前价格范围（元 / 平方米）
城中板块	泰华家园（外街一层）	12000
	天泰大厦（外街一层）	15000
	和平大厦（内街一层）	15000
城南板块	长江长现代城（外街一层）	未开盘，预计 20000 以上
	中央城（内街一层）	6000
	汇成名郡（外街一层）	20000

1.2.3 2007 芜湖地产租赁市场解读

相比芜湖比较成熟的销售市场，芜湖租赁市场与发达的一、二线城市租赁市场相比，尚在起步阶段，体现在以下几点：

- ◇ 没有成熟、系统的统计数据
- ◇ 租赁价格浮动很大，用市场发达城市通用的“元/月.平方米”指标来衡量，往往同类楼盘租赁价格差距都会很大。因为在芜湖由于市场需求结构的原因，越是大面积物业的租赁，价格相比中小面积物业会有大幅度下降，所以误差会比较大。
- ◇ 目前城中板块由于城市功能发展相对比较成熟，租赁价格具有更强的合理性，而城南板块属于新区，在城市建设、人口导入、配套设施方面还存在一定差距，所以租赁价格还比较低，而随着城市化进程的加快，城南板块的价格上扬空间将得以看好。

根据实地调研，芜湖住宅、写字楼与配套商业租赁价格数据如下：

表-9 2007 年分区、分物业类型租赁价格介绍

板块	楼盘	租赁价格范围（元 / 平方米. 月）
城中板块	中高档住宅	20-30

	中低档住宅	7-12
	传统办公楼(如和平大厦、三泰大厦、金鼎大厦等)	15-40
	新建高档写字楼(如镜街、侨鸿国际商城)	60 以上, 部分如镜街中某些单元可以达到 1 2 0
	商铺	一层外街 100-200
城南板块	住宅	10-20
	商铺	一层外街 80-100
	工业厂房	8-10

根据以上数据可知, 由于城南目前尚未有可以参考的办公楼案例, 而城中传统办公楼与新建高档办公楼价格差距也比较大, 由于****动漫科技园地块属于工业用地, 办公楼建设也不以甲级写字楼的标准, 根据未来发展的趋势, 其价格体系的设计可以参考工业厂房与城中传统办公楼的价格。

1.3 芜湖大商业市场解读

近几年来, 芜湖一批大型商业地产项目纷纷亮相, 商业地产在日益繁荣的同时也呈现出竞争加剧的格局。随着侨鸿国际、沃尔玛、和平国际等大型商业企业的相继入驻, 芜湖原有的以中山路为中心的商业格局被打破, 商业零售业的竞争日趋激烈, 一个多元化、多层次的商业地产市场正在形成, 根据实地调研, 芜湖大商业现状如下:

表-10 芜湖主要大商业列表

商业类型	商业名称	营业面积 (万平方米)
百货零售	芜湖新百大厦	3.4
	芜湖华亿购物中心	2
	芜湖侨鸿国际商城	3.4
专卖店+大卖场	融汇中江广场	4
	和平国际商厦	2.6
复合型商业购物中心、多功能城市综合体	联盛商业广场	19 (包括酒店、办公、公寓面积)
	吉和城市商业广场	25 (包括酒店、办公、公寓面积)
	华强城市广场	12
复合型文化艺术特色主题商业旅游步行街	金科.小九华	2.3
超市	沃尔玛	1.9
	乐购.TESCO	2
	欧尚	2

可以看到，几年来芜湖大中型商业发展速度相当迅猛，开发量已经赶上先前二十年开发的总量，新建商业主要还是集中在镜湖区，弋江区作为未来主要人口导入的区域，目前商业仍以配套商业为主，并没有大商业项目入驻，800亩意向地块作为集居住、商业于一体的综合地块，规划有较大的商业体量，可以考虑引入大商业业态作为该区域重要的商业形态之一。

1.4 芜湖高校资源解读

由于本项目与800亩意向地块均位于芜湖高校园区附近，对高校园区的分析将有助于对项目未来重要的受众群体之一—高校学生的相关情况与数据进行掌握，有助于项目操作实施的全程把握。

目前，芜湖高校园区已经入驻以安徽师范大学为代表的8所高校，其中四所本科院校，主要情况如下：

表-11 芜湖高校列表
(资料来源：各大高校网站)

学校名称	在校人数 (万人)	主要专业方向
安徽师范大学	2.2	综合类
安徽工程科技学院	1.3	机电、纺织
皖南医学院	0.78	医学、药学
安徽商贸职业技术学院	0.87	商贸、财会、法律、旅游
安徽中医药高等专科学校	0.4	医学、药学、护理
芜湖职业技术学院	1.1	机械、数控、电气
安徽信息技术职业学院	0.5	计算机应用、应用电子
安徽机电职业技术学院	0.6	机电、汽车、数控

根据上表可知，芜湖高校在校人数已经接近8万人，专业覆盖从传统工业技术到计算机、信息与商贸，已经成为芜湖最重要的人才源头，同时也构筑了芜湖重要的消费力量之一。

第四章 动漫产业发展分析

1 2006年第三产业投资态势与趋势

近几年，随着能源、重化工与装备制造业的高速发展，带来了固定资产投资的高速增长，使投资需求对经济增长的拉动作用进一步增强，作为一个经济高速发展中的国家，投资驱动是经济增长的主要动力，具有其他因素不可替代的作用。

虽然从总体规模与发展水平而言，国内第三产业还处在一个相对较低的水平；从第三产业行业构成上，仍以传统商业服务业为主，基础性的第三产业和新兴第三产业如、通讯、金融保险、信息、咨询、科技等行业依然发育不足。

2006年第三产业各行业固定资产投资增长率排序如下：

表-12 2006年第三产业各行业固定投资增速排名
(资料来源：中国企业投资分析报告(2007年版))

2006年投资增长率排序	2005年投资增长率排序
住宿和餐饮业	住宿和餐饮业
租赁和商业服务业	租赁和商业服务业
居民服务和其他服务业	批发和零售业
交通运输、仓储和邮政业	卫生、社会保障和社会福利业
房地产业	居民服务和其他服务业
文化、体育和娱乐业	文化、体育和娱乐业
批发和零售业	科学研究、技术服务和地址勘探业
水利、环境和公共设施管理业	交通运输、仓储和邮政业
公共管理和社会组织	水利、环境和公共设施管理业
卫生、社会保障和社会福利业	房地产业
信息传输、计算机服务和软件业	公共管理和社会组织
金融业	教育
科学研究、技术服务和地址勘查业	金融业
教育	信息传输、计算机服务和软件业

由上表可以获知，文化、体育和娱乐业在 05 年与 06 年的增速都在第三产业各个子行业中排名靠前，超过了近几年备受市场关注的金融业与计算机软件行业，显示了文化产业强大的发展潜力。

相比于传统的服务业，文化产业一直以来受国家政策限制与区域壁垒影响比较大，而 2007 年 3 月 9 日国务院下发《关于加快发展服务业的若干通知》，针对非公有制经济进入服务业提出了“三个凡是”，即凡是法律法规没有明令禁入的服务领域，都要面向社会资本开放；凡是向外资开房的领域，都要向内资开放；进一步打破市场分割和地区封锁，推进全国统一开放、竞争有序的市场体系建设，各地区凡是对本地企业开放的服务业领域，应全部对外地企业家开放。这为文化产业的发展带来了全新的机遇，具有强烈创新意识与探索精神的民营资本的进入，产业链的完善与延伸，全国性大市场的战略构建，都为文化产业的发展前景作了良好的铺垫，顺应当代社会逐步由产品经济时代、服务经济时代过渡到体验经济时代，满足大众对更高层次的精神文化产品的需求。

2 动漫产业总体发展态势与市场前景展望

2.1 动漫产业发展概况

中国近些年提出的“动漫”产业的概念，是对西方国家近百年来发展起来的漫画、动画、游戏、电影动画等等产业的整体的概括性描述，在英文中最接近的相对应单词是“animationindustry”。因此，“动漫产业”准确的定义是“动画和漫画产业”，涉及的领域有以下方面：传统绘画艺术、雕塑艺术、手工动画、泥塑动画、影视制作、音效制作、广告策划、科学仿真、计算机模拟、计算机图形学、计算机游戏、科幻小说、神话小说、报刊连环画、动画短片、动漫教材、影视发行、音乐发行、玩具设计、礼品发行等等。

《国务院办公厅转发财政部等部门关于推动我国动漫产业发展若干问题意见的通知》中对动漫产业的内涵表述为：是指以“创意”为核心，以动画、漫画为表现形式，包含动漫图书、报刊、电影、电视、音像制品、舞台剧和基于现代信息传播技术手段的动漫新品种等动漫直接产品的开发、生产、出版、播出、演出和销售，以及与动漫形象有关的服装、玩具、电子游戏等衍生产品的生产和经营的产业。由此看，动漫产业包括创作、制作媒体传播产品的产业和设计生产与动漫相关的周边或衍生产品的产业。

动漫产业指以原创动画片及原创卡通形象及品牌为核心。数字时代的到来促使动画、

漫画和游戏形成三位一体的新格局。动漫与电影、电视、出版、音像业、衍生品互相渗透与融合，形成动画产业链。

2.2 国内动漫产业发展现状分析

国内在 2002 年提出大力发展动漫产业，5 年来，通过促进动画业与投资业等各方面的合作，推动了动漫产业链的建设和延伸。1993 年到 2003 年，国内动画总产量仅为 4.6 万分钟，而 2004 年一年的产量就增长到 2.18 万分钟，2005 年年产量为 4.27 万分钟，2006 年全年总量超过 7 万分钟。2007 年 1 月至 9 月初，国产动画的产量达到 6.4 万分钟，大大超过去年同期水平。

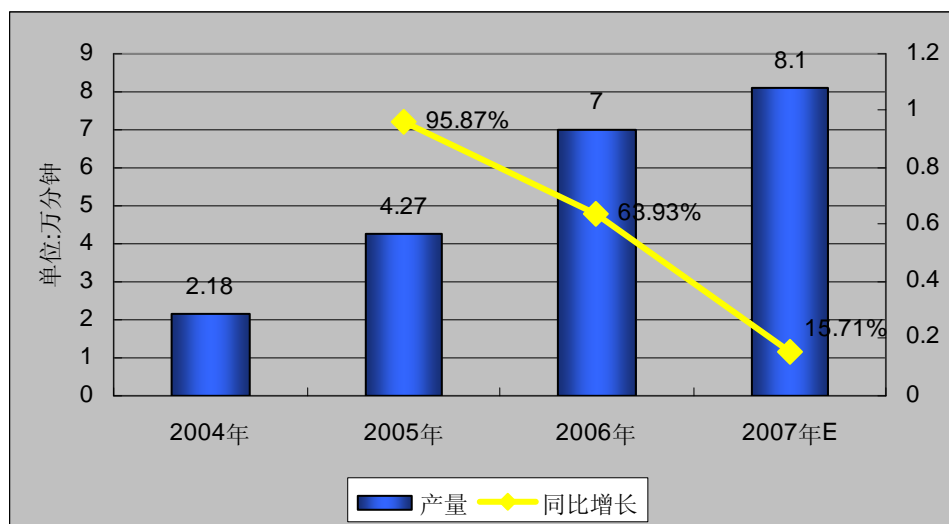


图-7 2004 年至 2007 年动画产量与增速图

(数据来源：华经视点-2007 年至 2008 年中国动漫产业前景展望与市场预测报告)

2.3 动漫产业价值链分析

动漫产业价值链是指通过“漫画-动画-周边产品”形成的一条可以创造经济利润的路径，如下图所示，是国际主流遵循的模式。

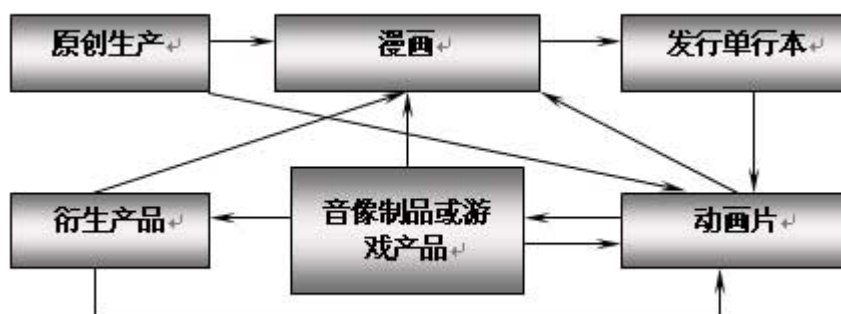


图-8 国际主流动漫产业价值链演示图

而在国内，由于动漫产业尚处于初步发展阶段，国外成熟的产业发展价值链尚无法覆盖到各个产业环节之中。目前，漫画的自身已经有一条小的赢利模式，就是：“漫画创作-出版-读者”来赚取利润，依靠出版物基本能够回收投资成本。相对而言，“动画原创-动画加工-衍生品制售”这条价值延伸路径，由于受限于国内动漫产业整体发展层次，近几年虽然已经得到了很大的发展，但离成熟阶段还有很大的距离。

2.3 国内动漫产业发展环境分析

2.3.1 经济环境

动漫产业具有消费群体广、市场需求大、产品生命周期长和高成本、高附加值、高国际化等特点，是开发潜力巨大的新兴文化产业。动画产业及衍生产品包括电影、电视、音像、出版、广告、旅游、教育、食品、服装、文具、玩具、通讯、网络、数字娱乐以及相关的附属产品，覆盖面特别大。动漫产业的兴盛实际上与国家的经济发展程度密切相关。中国近年兴起的动漫热，实际上是上世纪以来中国经济持续发展在文化领域里的折射。

2.3.2 消费环境

随着国内经济高速发展，人民生活水平不断提高，广大人民群众特别是青少年，对创意性、时尚性强的高品位动漫文化、动漫产品需求越来越大。目前，国内约有 5 亿的动漫影视产品消费群，各电视台国产动画年需要量为 28 万分钟。按国家规定的全国省级、副省级电视台三年内全部开通少儿频道的要求，到 2010 年，全国电视台每天需要 5000 分钟、全年需要 180 万分钟的动画节目，国产动画产业年产值将在 1000 亿元人民币以上，映射出国内动漫产业庞大的消费市场和巨大的发展空间。

2.3.3 政策环境

2004 年 4 月，国家广电总局颁发《关于发展我国影视动画产业的若干意见》，对国产动画片的播出数量、所占比例和播出时段作了硬性规定，如国产动画片在每季度播出的动画片总量中不少于 60%，凡电影、电视剧频道在 17:00 至 19:00 播出 30 分国产动画片，可在黄金时段加播 30 秒广告，而播出 60 分钟或 60 分钟以上，可在黄金时段加播 60 秒广告；2005 年初，国务院专门开会研究动漫产业发展问题，形成了《国务院动漫产业扶植政策有关问题的会议纪要》，2006 年 4 月国务院办公厅转发了财政部等十部门《关于推动我国动漫产业发展的若干意见》。根据《广电总局关于进一步规范电视动画片播出管理的通知》

的相关规定，自 2006 年 9 月 1 日起，全国各级电视台所有频道在每天 17 时 ~ 20 时之间，均不得播出境外动画片和介绍境外动画片的资讯节目或展示动画片的栏目。以上政策都彰显了国家大力扶植和发展动漫产业的决心。

2.4 国内动画产业发展面临的问题与挑战

相对于英美日韩等国家，国内动漫产业起步晚、规模小，还处于发展的初级阶段，虽然国内动漫产业已经初步搭建起了一条从内容制作、出版发行、品牌授权到文具玩具等衍生产品开发的产业链条，但由于内容、渠道、终端消费方面的原因，并没有形成真正意义上成熟稳定、可持续发展的盈利模式，在未来市场环境的变革与调整中将面临进一步的挑战。

2.4.1 漫画市场板块

与日本发达的漫画市场相比，国内的动漫市场一直处于起步阶段，并未得到较大发展。1995 年，中宣部和新闻出版署联合推出中国漫画 5115 工程：创立《北京卡通》、《少年漫画》、《中国卡通》、《漫画大王》、《卡通先锋》等 5 本杂志，至今这 5 本杂志的总发行量仍不足 25 万册。截至 2005 年底国内动漫杂志大约有二十多种，但销量与日本漫画相比相当有限，以其中销量较大的《漫友》为例，该杂志 2005 年销量也仅有十几万册左右，而日本同期畅销的漫画销量一般都能在百万以上。由于中国读者群与日本读者群的欣赏口味与偏好有很大差别，虽然漫画是整个动漫行业思想与创意的源头，但基于行业现状，未来漫画市场要充分围绕原创动画的走势，充分配合动画市场的发展趋势进行定位与布局，形成良好的互动机制。

2.4.2 原创动画板块

虽然文化部、新闻出版总署、广电总局等国家部委已经制定了一系列政策对国产的动画作品进行了扶持，但目前全国市场上电视台采购国产动画的数量却有限，更多电视台采用播放存量的动画作品以降低运作成本。而购片的电视台很少以现金的方式支付，更多是以贴片广告的形式作为交换的，并不支付现金，购片的电视台的报价也相当低，中央电视台能够在 1000 元/分钟左右，三家卡通频道可达每分钟数百元，部分地方台如浙江少儿频道，最低收购价格仅为 3 元/分钟。而在欧美，一部动画片在本国播出收益占投资成本的八成以上；在日本，一部优秀的动画片的播出收益可达 100% ~ 120%。

相比低廉的播映收入，现在动画的制作成本至少要在 3000 元/分钟左右，三维动画则在 1.8~2 万元/分钟左右。即使以 3000 元/分钟的成本计算，如果要通过播放权来收回成本，则要将一部片子的播放权卖给上百家电视台，这对于目前原创力量还比较薄弱的国内制作机构而言，依靠出卖转播权来盈利几乎变得成为不可能完成的任务，如何通过原创卡通形象整合市场营销手段带动下游衍生品开发是原创动画市场面临最大的挑战。

2.4.3 加工动画板块

从八十年代中后期开始，国际动画加工开始进入中国。在广州、深圳、珠海等地出现了一些为美、日、欧动画片进行中期制作加工的动画公司。目前在中国播映的国外动画有相当部分是在中国国内生产制作的。其中日本动画有 80% 是在中国本地生产制作；在深圳、上海、北京、苏州、南京分布着大大小小诸多动画加工厂，其中 95% 依靠海外公司的订单生存。一般的模式是海外公司将设计好的原画空运到中国，在内地进行完动画插画、描墨、上色等一系列加工工序后，再将其运回原产国，进行后期的制作合成。据 2005 年一家媒体对上海某家规模较大的动画制作公司的采访得知，每张动画出售的价格或其带来的收益应在 160-400 元之间，其中中国制作公司获得的收益在 30 元左右。

而近年来随着越来越多的民营、外资企业进入这一行业，也由于越南、印度、菲律宾等国发展劳动密集型产业带来的国际市场环境的变化和竞争，动画加工业与其他制造加工行业一样，同样面临劳务成本不断上涨、加工价格越来越低、利润空间越来越小的问题。

2.4.4 衍生产品板块

由于国内很少制作出能与美日欧进口片一样受欢迎的作品，并未形成具有市场影响力的卡通形象，显然以此为基础开发的衍生品是无法得到市场全面认可的，截至 2005 年，国内通过衍生产品赚钱的仍然只有三辰卡通一家，除了蓝猫系列本身是近年来国内原创作品中的少见的精品以外，它通过动画播映的贴片广告用于宣传推广蓝猫自己的衍生产品带动衍生产品的销售，并构建专门的物流与零售体系来支持衍生品市场体系的建设，从某种意义上而言，三辰的蓝猫系列已经超越了动画界本身，它实质上是以文化产品为龙头、跨行业的(影视、音像、图书、百货、物流等)集成运作模式，与国外内容制作商专心于授权经营，强调专业化分工的模式背道而驰，所以对于其他动漫企业和整个行业来说缺乏普遍意义。

所以动漫制作企业不再内容与创意上下功夫，而盲目走捷径试图通过推出衍生产品弥补制作成本的方式是行不通的。而关键在于随着动画制播市场的进一步成熟，动画制作费用和播出费用不再严重背离，整个产业才能进入良性循环的阶段。

2.5 国内动漫产业市场发展前景分析

国内动漫市场的价值具有 1000 亿的成长空间，未来三五年内将是动漫产业发展的黄金时期。然而，美、日等发达国家长期占据中国的动漫消费市场，在中国青少年喜爱的动漫作品中，日本占 60%，欧美占 29%，相比之下，中国原创的动漫，包括港台地区的比例只有 11%。正是这种差距，为我国的动漫产业发展提供了广阔的发展空间。

2.5.1 动漫创作发展前景

国内动漫产品创作的关键在于对原创的认识问题，把一些传统的神话传说、历史故事、外国畅销的东西拿过来，改头换面，不做深层次的研究，那只是没有思想的模仿，不是真正意义上的创作。借鉴韩国的经验，每启动一个重要的动画项目都要经文化振兴院论证，保证动画的立意、内容与形式都能有高度有创新。未来的动画作品如果能够深刻把握中国民族文化的神韵，并在创作过程中保持开放的、包容兼蓄的思想和心态，才能创作出高质量的、深入观众人心的作品与任务形象。

2.5.2 动漫加工制作发展前景

由于中国人力资源成本远比发达国家低，所以动画中期制作费用一般每分钟只有 1 万元人民币左右，而欧美国家的中期成本一分钟少则 3 千美金，多则 8、9 千美金，在这种市场利益的驱动下，国内的动画加工业磨炼出了一支高水平的制作队伍，同时这些公司也取得了一定的经济效益，动画业的中期加工业务易于在公司的组织形式下进行规模生产，且有市场需求，时至今日形成了这样的规模，这是市场自发作用的结果。目前动画加工企业主要集中在沿海经济发达地区，通过合理有效的手段与措施引导部分动漫加工企业进入中西部地区发展，充分利用当地劳动力价格优势，以动漫加工带动当地人才培养与聚集，并形成一定的产业基础为产业成熟区域提供配套，形成产业发展纵深体系。而一些通过长期的加工制作积累了资本的加工企业，开始了原创动漫的探索。他们“以加工养原创”，一边继续承接国外动漫公司的定单，担当好莱坞“动漫加工厂”，一边开发一些原创作品，将形成国内动漫产业发展的新势力。

2.5.3 衍生产品发展前景

在传统动漫赢利格局里，传统动漫衍生产品包括图书、文具、服装、音像、玩具等产业链赢利空间巨大。据调查，中国每年文具的销售额为人民币 600 亿元，儿童食品每年的销售额为人民币 350 亿元，玩具每年的销售额为人民币 200 亿元，儿童服装每年的销售额达

900 亿元以上，儿童音像制品和出版物每年的销售额达人民币 100 亿元。只要能够建立起为市场广泛接受的原创形象与合理的市场传导机制，其市场爆发力将不容小视。

● 图书音像市场

通过漫展、笔会、COSPLAY 等新的图书音像产品营销方式，扩充营销的渠道，增加图书音像产品的影响力，创造新的市场价值。

● 卡通服装市场

卡通服装市场将在成功的动漫卡通人物的基础上，通过合适的市场机遇的把握，并利用当代受众对体验式消费的向往与需求，通过体验式营销进行全面驱动，获得市场的全面认可。

● 卡通食品市场

卡通食品市场是基于现代人越来越精致的生活与对时尚品质的不懈追求，不仅仅是融合全国小吃与贯通各地美食，更是通过改良产品的本身，使其趋向多元化。以独特的口味、可爱的造型、别致的包装符合年轻人追求时尚潮流与新鲜事物的个性。

● 卡通玩具市场

卡通玩具市场是通过卡通形象授权，把玩具业整合到卡通产业链中，并获得卡通动漫原创上游资源的支持，在原有的面对低幼人群为主要客户群的基础上，利用成人消费市场中越来越多的“天真消费”的倾向，扩展到更有消费能力的成人消费市场。

2.6 动漫产业与高新技术联动发展前景分析

随着数字技术的成熟与互联网的广泛运用，动漫产业已经不局限于传统的几大市场板块的范畴，开始向网络游戏、网络动漫、手机游戏、网络广告等软产品方面发展，从某种意义上而言，这一领域无论是市场容量还是发展前景将有可能超过传统的动漫产品体系。

2.6.1 网络动漫

网络动画是动画艺术与网络传媒融合的产物。网络传媒催生了动画艺术的新形式，而网络动画则实现了科学技术与艺术的融合，并使艺术升华。网络传媒对动画艺术的制作手段、传播模式、运作方式等方面产生了深刻的影响，为动画艺术带来了全新的传播模式。与传统媒体不同的是，网络是一个双向交流媒介，网络动画设计软件也具有这样的交互性，人们不仅是被动地观看作品，还可以用相关软件对其进行修改，提供了网络集体创作动画的可能，排除了地域、国别不同而可能造成的操作障碍。

2006 年到 2010 年网络动漫市场预测如下：

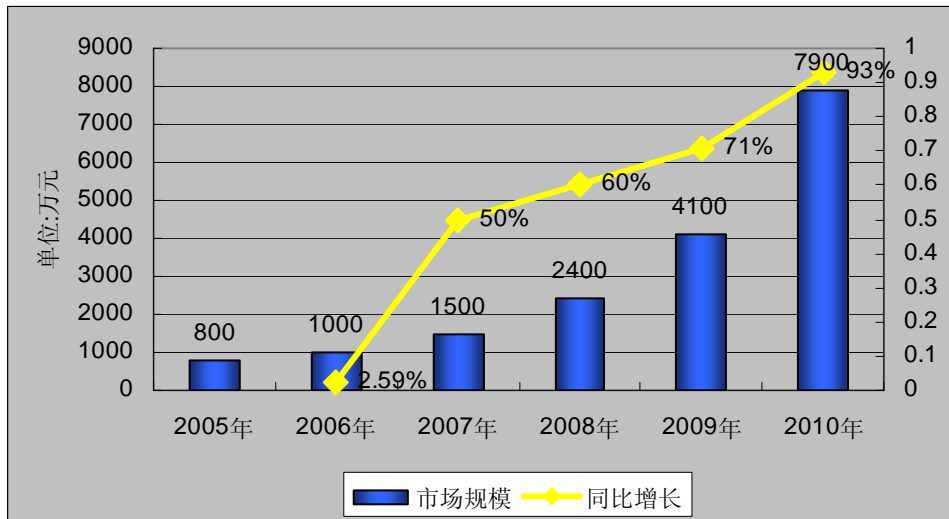


图-9 2005年至2010年网络动漫市场预测

(数据来源：华经视点-2007年至2008年中国动漫产业前景展望与市场预测报告)

2.6.2 网络游戏

网络游戏作为国内发展最为成功的动漫衍生产业，2006年我市场规模已达到65.4亿元人民币。国内网络游戏市场已经成为国际公认的最具发展潜力的市场。而经济全球化和文化产业化带来的发展契机，使世界网络游戏产业发展呈现出越来越强的产业化和国际化趋势。一方面产业结构不断优化，从产品创意形成到生产、销售及衍生产品的开发，已经形成了完整、延伸的产业链；另一方面本土品牌的跨国生产、经营、销售，国际间资本、技术和人才的流动加速，使网络游戏产品成为最没有国界的文化产品。在经济全球化和文化产业化的新环境下，日本、美国卡通业近年来将大量动画制作外包给中国和韩国。取材来源的日益国际化给国内网络游戏产业的发展带来契机。2006年至2011年网络游戏市场预测如下：



图-10 2006年至2011年大型角色扮演类网络游戏市场预测

(数据来源：华经视点-2007年至2008年中国动漫产业前景展望与市场预测报告)

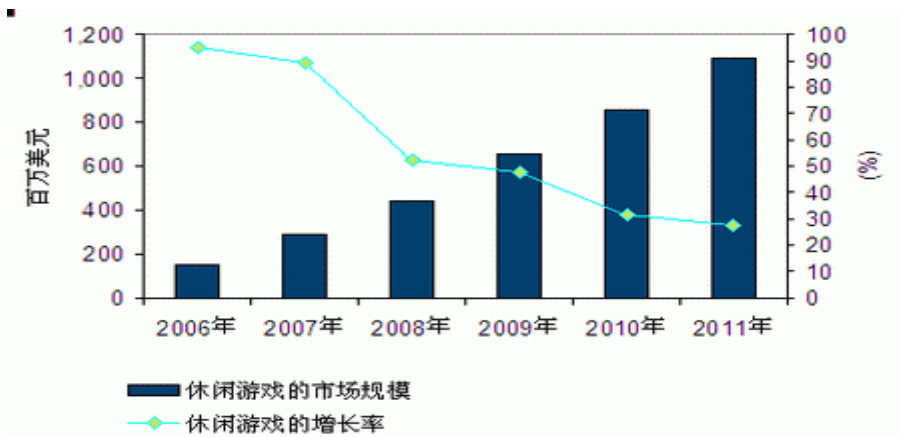


图-11 2006年至2011年休闲游戏市场预测

(数据来源：华经视点-2007年至2008年中国动漫产业前景展望与市场预测报告)

2.6.3 手机动漫

随着手机新媒体技术的发展以及3G时代到来，手机动漫已经开始快速走进百姓的日常生活。所谓“手机动漫”，就是采用交互式矢量图形技术制作多媒体动画内容，并通过移动互联网提供下载、播放、转发等功能的一种服务。手机动漫业务涵盖的种类有以下几种：FLASH、闪客杂志、FLASH音乐和游戏产品、FLASH手机动画短片、FLASH动画MTV、小品、相声等，还包括基于其他技术的手机动画以及手机动漫广告、动漫彩信、动漫屏保和其他漫画图片。发展手机动漫是国产原创动漫抢占市场份额，寻求新发展的一次机遇。2006年到2010年手机动漫市场预测如下：

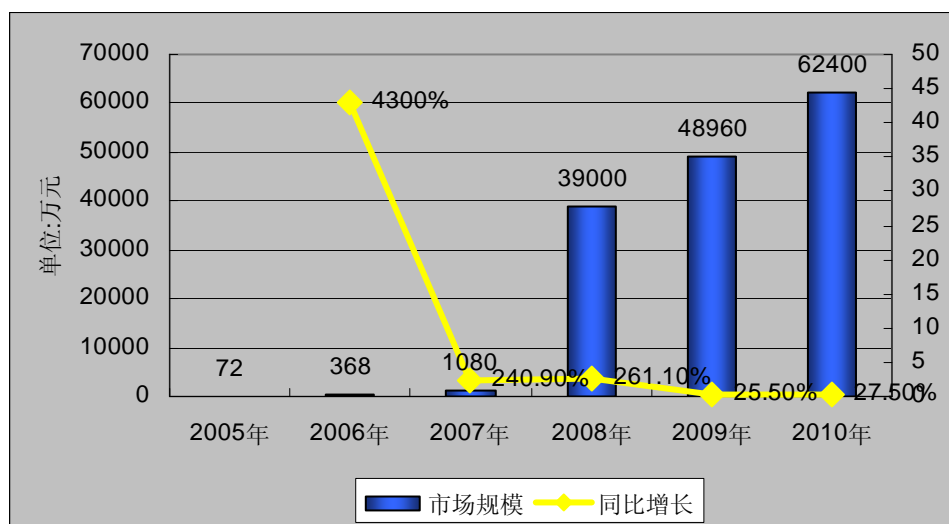


图-12 2006年至2010年手机动漫市场预测

(数据来源：华经视点-2007年至2008年中国动漫产业前景展望与市场预测报告)

2.6.4 手机游戏

作为国内移动通讯快速发展的衍生产物，2005年国内手机游戏市场规模达到14.34亿元，同比增长达到78.3%。随着发展迅速的JAVA游戏和BREW游戏产业链与商业模式进一步完善，并且中国移动作为产业链的主导者将发挥更大的作用，手机游戏市场发展将面临新的机遇。2006年之后的市场预测如下：

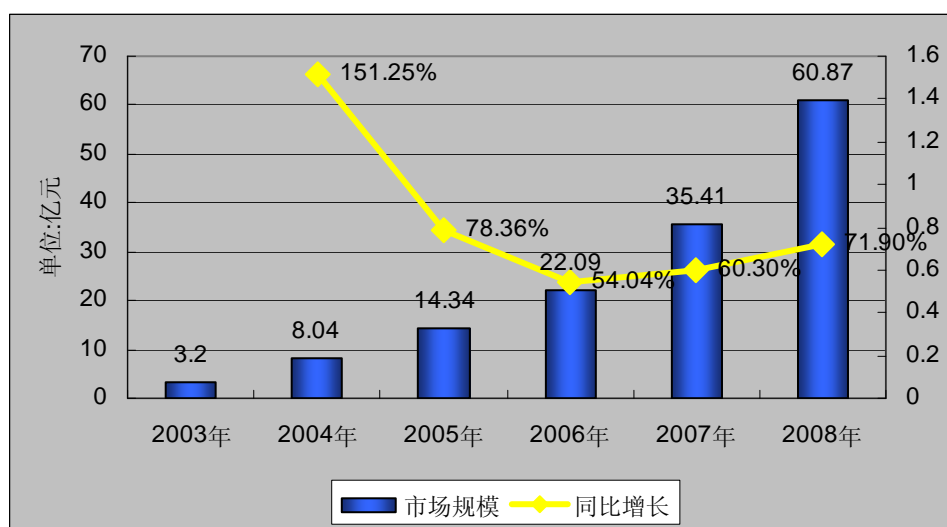


图-13 手机游戏市场预测

(数据来源：华经视点-2007年至2008年中国动漫产业前景展望与市场预测报告)

第五章 芜湖动漫产业发展分析与前景预测

1 芜湖动漫产业发展的SWOT分析

1.1 优势

- **市政府对动漫产业发展给予前所未有的重视**

芜湖成立了由市长担任组长的动漫创意产业发展领导小组，并制定了详细的动漫产业发展规划。市政府同时设立了专项发展资金每年 1000 万元，用于扶持在芜湖投资注册的企业发展，并提供一揽子税收与金融扶持政策，全力支持动漫产业做大做强。而新近出台的《芜湖市 2008 年重点服务业项目计划安排汇总表》和一系列举措，将进一步推动服务产业结构优化升级，未来的芜湖文化科技旅游产业将呈现以重点企业为依托，以重大项目建设为载体，加大政策扶持、改革创新、资金投入和战略重组力度，培育优势企业群和知名品牌，推动重点行业发展实现新突破，构建适应新阶段要求和现代产业体系。这都为动漫产业的生产与传播打下了基础。

- **良好的工业基础提供产业支撑**

2007 年芜湖的优势产业汽车、新型建材与家电产业在十一五规划的引导下得到了进一步的发展，奇瑞汽车年销售汽车数量 38.1 万辆，跃居中国乘用车销量排名第四位，三年复合增长率 63.9%；海螺集团年销售额达到 260 亿，水泥熟料产量已经连续 15 年在国内排名第一；而作为美的集团在华东地区最大的空调生产基地，美的芜湖制冷设备有限公司产量已近突破 500 万套，产值超过百亿元。在以上三大龙头企业的带动下，芜湖已经形成以汽车整车及零配件、新材料与电子电器三大产业集群，成为产业聚集与结构提升的主导力量。工业的发达将为芜湖动漫产业链的延伸创造了条件。

- **芜湖的区域与经济优势为动漫产业发展提供了载体**

芜湖自古以来就是“长江巨埠、皖之中坚”，随着纵横贯通新的交通优势的形成，在水、铁、公、空运输和联结长三角的地理位置上，芜湖在全省的区位优势是无与伦比的。芜湖由于良好的区位优势与经济的训责在增长，目前已经有常住人口 105 万，预计几年后将达到 150 万人。同时根据福布斯颁布的“2007 年大陆最佳商业城市排行榜”中，芜湖排名 35 位，高举安徽各大城市之首，并且超过了南通等长三角的城市，显示了芜湖良好的投资环境与经

济发展前景。区位与经济条件则成为芜湖培育动漫产业这一新兴产业良好的土壤。

- **芜湖优越的自然与人文环境提供了动漫产业文化的源头**

芜湖以水立城，紧邻长江，室内湖泊水系密布，自古以来就是著名的鱼米之乡，是著名的生态宜居城市，近代更成为长江沿岸四大米市之首。芜湖历史悠久，文化底蕴深厚，历史可以追溯到春秋以前直至远古，铁文化、宗教文化、战争文化和米文虎积淀甚厚，水岸经济与长江文化是永恒的主题。浓郁的人文气息与丰富的传奇典故可以为动漫产业提供充裕的创作素材。

- **高新技术产业基础提供了技术基础与智力保障**

以芜湖软件园为核心的芜湖高新技术创业服务中心以良好的服务体系吸引了一批科技成果和科技人才在此聚集，是科技创业和科研人员相对集中的区域，2007年在孵企业实现高新技术工业总产值5.7亿元，为芜湖动漫产业发展提供技术基础与智力保障。

- **华强方特欢乐世界为动漫产业提供终端与展示宣传平台**

芜湖方特欢乐世界坐落于安徽省芜湖市芜湖长江大桥开发区，是中国目前规模最大的第四代主题公园，总面积约125万平方米，其中陆地面积约53万平方米，水面面积约72万平方米，采用当今最先进的理念和技术精心打造，是由现代计算机、自动控制、数字模拟与仿真、数字影视、声光电等高科技手段与艺术的完美结合的新型的高科技主题公园，当观众在经历真实世界中可游、可玩、可感、可买的全过程后，就会反过来对虚拟世界产生强烈的好奇心与需求，这就为芜湖进行动画原创与衍生产品开发创造了最佳的宣传推广平台。

1.2 劣势

- **教育基础与人才供应相对不足**

芜湖虽然拥有芜湖师范大学等八所大专院校，但目前仅安徽师范大学与安徽工程科技学院有动画专业招生，相比于沿海发达城市的人才供应与芜湖本地动漫行业未来发展对人才的需求，其本地动漫人才的培养速度还达不到产业快速发展的要求。

- **产业氛围有待于进一步提升**

芜湖没有本土的动漫杂志，而光上海就有《卡通先锋》等四家本地漫画杂志社，专门接收本地漫画人的作品，还有很多动漫工作室。北京的动漫杂志社和工作室就更多。所以芜湖在动漫创意与内容源头上的缺乏将影响到芜湖动画创作与衍生产品消费的繁荣。

- **投资渠道单一，外部资金匮乏**

众所周知，动漫产业是一个高投入，低产出，回报滞后的特殊产业，由于动漫产品的周期长、人力、技术成本高，很多投资机构望而却步。而芜湖由于产业结构原因，政府主导固定资产投资，导致创业投资、风险投资等社会资本相对缺乏，投资活动不活跃，影响了潜在的投资机会。

1.3 机会

- **经济全球化和文化产业化带来的发展契机**

世界动漫游戏产业发展呈现出越来越强的产业化和国际化趋势。一方面产业结构不断优化,从产品创意形成到生产、销售及衍生产品的开发,已经形成了完整、延伸的产业链;另一方面本土品牌的跨国生产、经营、销售,国际间资本、技术和人才的流动加速,使动漫游戏产品成为最没有国界的文化产品。在经济全球化和文化产业化的新环境下,日本、美国卡通业近年来将大量动画制作外包给中国和韩国。取材来源的日益国际化给我国动漫游戏产业的发展带来契机。而芜湖得益于靠近传统动画加工基地长三角,当地人力资源成本又相对较低,将有大量承接动画加工外包的机会。

1.4 威胁

- **动漫产业的社会发展环境还不够开放**

在对动漫游戏的认识上,显示了与其城市趋同的守旧意识。漫画和动漫天生与儿童有着亲缘,几乎每一个孩子都是看着动画片和动画书长大的,这是动漫业发展最重要的基础。但在芜湖,很多家长对小孩热衷卡通、动漫、网络游戏持保留态度。芜湖与北京上海等大城市相比,在对新事物、新观念的接受程度上就慢了半拍,这对动漫产业强调创新、强调差异化、强调个性的文化气质不能完全吻合。

2 芜湖动漫产业前景预测

根据芜湖区域经济与产业发展的特点与趋势,芜湖动漫产业前景预测如下:

2.1 动漫原创前景预测

虽然芜湖并倒目前为止并没有动漫创作的传统,但在如今数字技术与互联网技术高度发

达的基础条件下，芜湖已经具备了发展动漫产业良好的政策导向与区位环境，需要的是如何去从历史、从生活中挖掘提炼动漫原创的灵感与激情。

中国五千年的灿烂文化是动漫创作取之不尽的源泉，但取自传统的动漫作品不是直观的再现，而应是具有现代观照视野的生趣，通过对历史与传奇的在在虚与实的双向辉映，展现传统的魅力。国内动画原创方向是将神话、传说、历史故事等作为一种文化的精髓融入动画漫画中，而不是简单地形式上的再现，如美国动漫作品中会体现出文化中那种乐观向上、幽默、个性、英雄主义、温情脉脉等特点；而日本中则贯穿着日本文化中坚忍不拔、永不言弃的精神。”

就芜湖而言，仅仅源远流长的战争文化，就已经博大精深了，都可以成为动漫创作良好的素材，由于芜湖居长江中下游，守长江之天门，扼江东之咽喉，吴之头、楚之尾，承东接西之要地，南来北往之黄金跳板，自古乃兵家必争之地。春秋吴楚之战、三国时曹操伐吴、南宋末期文天祥贾似道抗元、朱元璋激战元军等等，留下了生动的故事与鲜活的人物形象，这都将成为原创动画灵感的来源。

动漫同时作为一种生活方式、生活态度的体现，需要像芜湖这么一个即有历史沧桑感、又有生活质感的城市作为情结的载体。比如融宗教历史与区域文化特征于一体的赭山，集千年烟柳盛景与材质于一身的镜湖，有让才子佳人魂索梦冀的芜湖古城，有让每个过路人怀古叹今、神思飞扬的滨江景观带，在这样的环境下，通过动漫编撰出奇幻而动人的篇章，何尝不是表现一种有质地的生活。

2.2 动漫加工制作前景预测

由于芜湖丰富的人力资源与相对低廉的成本，为动漫加工制作发展提供了天然的优势。但由于过去动漫产业相关行业没有发展的经验，没有相应的制作力量予以匹配，所以除了安徽师大与科技学院培养的动画专业人才外，还要吸引专业的动漫培训机构培养实用型人才。同时，各个企业内部以及行业组织中的进阶培训必不可少。应该借助政府和行业协会的力量，多邀请动漫产业发达国家和地区的行业精英、大师经常性地来芜湖开讲座或举办产业高峰论坛，开阔芜湖动漫产业从业人员的视野，提升他们的实战能力。

2.3 动漫衍生产品前景预测

虽然从产业链构成上而言，由于轻工产品制造、互联网服务等行业发展与发达地区相比尚存在差距，芜湖目前的产业体系结构对动漫衍生产业的支撑力度还不够大，但随着长三角经济结构调整与产业梯度转移，未来将对芜湖发展卡通服装、卡通玩具与卡通食品的设计、制造与经销提供有力支持。同时，芜湖本地先进制造业的发达，也为动漫广告、网络媒体等科技导向的动漫衍生产品提供市场基础。

3 国内主要动漫基地比较分析

3.1 动漫基地介绍

目前，国家级动漫基地遍布全国各地，36家（实为35家，大连基地被文化部和广电总局两家单位授牌）基地的主体业务涉及动漫游戏的生产、研发、孵化及教育等各领域内容，具体名称等内容如下表：

表-13 国家级动漫基地名单
(资料来源：各政府部门网站)

基地名称	批准单位	被授权单位
国家动漫产业振兴基地	文化部	中国社科院文化研究中心、上海华东师范大学、上海宽频网络电视有限公司
国家动漫产业振兴基地(四川)		四川省文化厅
国家动漫产业振兴基地(大连)		大连高新技术产业园区动画产业园
国家动漫产业振兴基地(湖南)		长沙高新技术产业开发区
动画产业基地	广电总局	上海美术电影制片厂
		中央电视台中国国际电视总公司
		三辰卡通集团
		中国电影集团公司
		湖南金鹰卡通有限公司
		杭州高新技术开发区动画产业园
		常州影视动画产业有限公司
		上海炫动卡通卫视传媒娱乐有限公司
		南方动画节目联合制作中心
		苏州工业园区动漫产业园
		无锡太湖数码动画影视创业园
		深圳市动画制作中心
	大连高新技术产业园区动画产业园	

		长影集团有限责任公司
		武汉江通动画股份有限公司
动画教育基地	广电总局	中国传媒大学
		北京电影学院
		吉林艺术学院
		中国美术学院
国家网络游戏动漫产业发展基地	新闻出版总署	成都市
		广州市
		上海市
		北京市
国家动漫产业发展基地	新闻出版总署	石家庄市
		沈阳市
		济南市
		烟台市
		青岛市
		合肥市
		芜湖市

3.2 动漫基地分类

上表各动漫基地按产业业态分类，主要有产业孵化型、产业示范开发型、产业教育型三个型态。

3.2.1 产业孵化型

文化部批准挂牌的四个国家动漫游戏产业振兴基地以及广电总局批准的部分动画产业基地,均属于园区性质的。大多以动漫和游戏业为突破口，建设文化与高科技密切结合的文化创意产业集群。此类基地是具有产业孵化性质的基地。

3.2.2 产业示范开发型

国家广电总局批准挂牌的部分国家动画产业基地和新闻出版总署批准挂牌的国家动漫产业发展基地，是以产业开发为主，凭借已具备的人才、创意、策划、组织、技术、设备、资金以及经营方式等优势，进行动画片及游戏的开发与加工，带动我国影视动画产业健康快速发展。具有自主知识产权的国产动画产品在该基地产品总量中应占有相当比例，并拥有一些市场占有率高的动画产品，具有一定的动画产品出口能力。

3.2.3 产业教育型

国家广电总局批准挂牌的四个“动画教育基地”,都是教授动、漫画、游戏专业知识,培养专业人才的高等院校。

动漫基地分类比例如下:

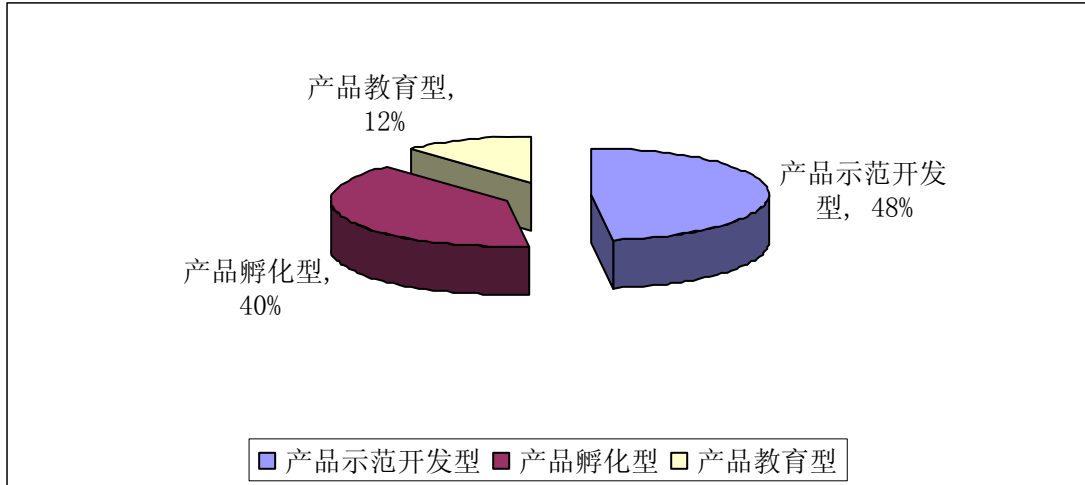


图-14 动漫基地分类比例

从以上的图表分布情况看,目前国内动漫基地主要是产品示范开发型与产品孵化型,产品示范开发型基地建设侧重动漫、游戏等创意产业的聚集,建设“产、学、研”一体化发展体系,集人才教育与培训、技术研发与服务、龙头企业集约发展、中小型企业孵化以及国际经济技术合作等多功能为一体。而产业孵化型基地实质是园区管理型的基地,或是坐落于高新科技园区里,如大连高新技术产业园区动画产业园、苏州工业园区动漫产业园等;或是专门建设的动漫产业园区,如常州动漫基地、杭州动漫基地、深圳怡景国家动漫画产业基地等。主要运作方式都是依据动漫产业的发展规律和产业链条的结构,布局原创动漫企业,引进原创动漫游戏企业、出版发行机构、版权代理机构、衍生产品开发机构、人才培训机构等,形成产业集群优势。

3.3 国内几大动漫产业基地运营状况

根据对北京、上海、深圳、苏州、大连几大动漫产业基地招商部门电话调研,目前运营情况如下:

表 14 国内几大动漫基地运营情况

基地名称	位置	建筑面积 (万平方米)	租金范围	备注
北京	北京中关村科技园 石景山园	27.5 (包括整个科技园的面积)	1.1-1.3 元/平方米.天 (丙级写字楼标准)、 1.8-2.5 元/平方米.天 (乙级写字楼标准)	招商处联系电话 (010-88790158-202) (动漫、创意、科技类企业参照该租赁价格, 没有免租期, 但根据实际谈判租金可以有优惠)
上海	上海张江高科技园区	10 (一期, 包括整个文化科技创意产业基地的面积)	5.8 元/平方米.天 (甲级写字楼标准)	招商处联系电话 (021-38959000) (动漫、创意、科技类企业参照该租赁价格, 没有免租期, 但根据实际谈判租金可以有优惠)
深圳	深圳罗湖区 怡景路	4.25	60 元/平方米.月	招商处联系电话 (0755-25160060) (原则上非动漫原创类企业没有入驻本基地资格, 原创类企业第一年享受免租, 第二、三年享受该租金的 1/4)
苏州	苏州工业园区	62 (包括整个国际科技园的面积)	40-50 元/平方米.月	招商处联系电话 (0512-66680926) (动漫、创意、科技类企业参照该租赁价格, 没有免租期, 但根据实际谈判租金可以有优惠)
大连	大连高新产业园区	20	0.5-0.7 元/平方米.天	招商处联系电话 (0411-84821283) (动漫、创意、科技类企业参照该租赁价格, 没有免租期, 但根据实际谈判租金可以有优惠)

3.4 动漫产业基地发展存在问题

由于动漫产业属于新兴产业，2004年后国家才开始审批并挂牌产业基地，所以目前并没有权威的评价体系与完善的统计数据对各大基地进行评判。但是，目前国内动漫基地所面临的问题是不容忽视的。虽然全国各地大张旗鼓地发展动漫产业，建设动漫基地，出台扶持政策，通过调整播出市场强力拉动需求，举办各种展会创造交易机会，刺激原创动画片出品量的提升，却始终未见出品多少有国际影响力的作品，并且播出市场仍旧卖不出好价钱，所以需要回归到理性思考：一方面，如何摆脱动漫基地建设经营突破传统的“房东经济”，而不是沦为单纯的物业管理机构；另一方面，除了优惠租房给入驻的动漫企业外，如何深入到产业运营，解决动漫企业存在的根本问题，避免许多入驻企业在房租免租期过后人去楼空的局面，需要从更高的角度去看待问题。

3.5 芜湖****动漫科技园发展对策

目前动漫基地发展除了产业价值链不平衡与盈利模式单一这些产业固有的问题外，入住企业还重点关注播出市场问题、版权市场问题、项目评估问题、公共技术环境问题、终端零售体系问题等一系列市场环境的问题，冀希望通过基地良好的运行机制予以解决。这些问题中，公共技术平台、版权、项目推介方面的问题都是需要政府重点给予资金和政策扶持解决的，也是日本、韩国等动漫产业较发达国家扶持本国动漫产业通行的做法。这样可以切实扶持动漫企业的发展，同时为企业营造健康、良性的市场氛围。全国的动漫基地也正是为适应这种需求而建设的，可见政府的政策大方向是完全正确的，年年成倍增长的动画片年产量便是个很好的例证。但要在质的方面获得突破，可能还需加强其他方面的扶持，尤其是培育出好的市场机制。

在这方面，日本和韩国的发展经验值得借鉴。在日本，动画业务中常采用以项目为核心的制作委员会方式，这种方式即由动画制作公司、电视台、出版社、衍生产品厂商等，各类动漫产业链上的相关机构提出创意，然后游说产业链上其他机构出资金或者投入其强势资源共同组成某个项目的制作委员会，由此促成了某个动画项目的策划小组。项目委员会成立后将共同探讨该项目，拥有该项目版权，随后制作过程则包括元承包/分包的层次复杂的结构，由不同的动画制作公司来共同承担该项目的制作部分。

项目播映的流通渠道主要为电视、电影和录像相关产品。为充分开发某个动画项目的

创意价值，日本的动漫业会普遍在播出发行环节使用“窗口战略”，即利用时间差使同一作品在不同的多种媒体中流通的战略；在衍生产品开发环节使用“资源重复使用战略”即以某个内容的核心为基础，多角度地开展业务。这两种战略的实施的过程贯彻着将动漫创意产生的增值效应最大化的原则，其结果便是现在在日本的大街小巷随处可见的“动漫”元素。动漫创意和产品在这种战略思想的指导下，被开发到了无以复加的程度，这促使动漫产业在呈现爆炸性经济增长态势的同时，也反哺了日本的原创动漫实现飞速的发展。



图-15 日本动画产业结构图

(数据来源：华经视点-2007年至2008年中国动漫产业前景展望与市场预测报告)

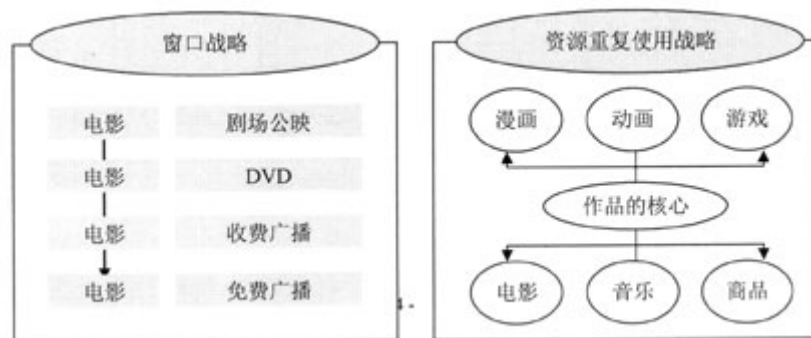


图-16 窗口战略和资源重复使用战略图

(数据来源：华经视点-2007年至2008年中国动漫产业前景展望与市场预测报告)

这种模式中最值得注意的是在项目立项之初所采用的制作委员会方式，即策划制作某动画项目的不是像国内通常情况下只有动画制作公司，而是由分布在动漫产业链条上的各类型机构共同发起，其出资方式和红利返还的方式也将委员会的各成员机构的利益捆绑在了一起，目标明确，方向一致。

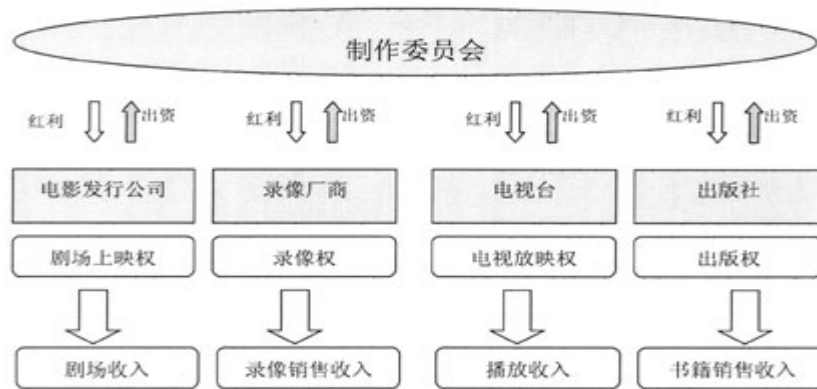


图-17 制作委员会流程图

(数据来源：华经视点-2007年至2008年中国动漫产业前景展望与市场预测报告)

这样的项目合作方式灵活而科学，可以充分嫁接各类相关资源。既保证了资金来源，又保证了后期市场的充分开发，更重要的是这种多方市场资源组合的项目委员会的运作结果一定是符合市场导向的好项目。

在韩国也存在类似的运作方式，韩国的动画片制作成本很高，而韩国国内的播出市场及出版发行市场都相对狭小，不像中国市场，一部动画片可以拿到全国30多个省市自治区卖，因此，在韩国，动漫产业仅靠开发一两个环节是不可能回收成本的，更不用说获取利润。在这种情况下，韩国动画要在市场上存活，就必须走产业化发展的道路。由此，在韩国动画产业中，动画制作商和动画形象产品开发商形成共生共荣的结构，出于利益关系的高度一致和利益的最大化考虑，从最初的动画片制作到最后动画形象产品市场的开发的每个环节中，动画制作商和动画形象产品开发商都从资金、资源等各方面相互渗透、相互支持，形成良性循环，共同推动动画产业的发展。

日韩两国不约而同地采用了产业链融合的方式发展动漫产业，这是符合市场发展规律的。以此为鉴，芜湖****动漫科技园的工作便可以重点围绕类似这种方式开展，在政府全力支持下解决基本公共服务的同时，企业利用多创造产业链条上各方合作、交流的机会，从而融合产业链各方，共同打造精品项目，并利用精品项目的科学形成过程及市场化运作的示范效应，带动整个园区动漫产业的发展。

第五章 项目建设选址及建设条件论证

根据芜湖高新技术产业开发区的总体规划，以及对项目功能研究和地址论证，对项目建设选址及建设条件作如下分析：

1 项目建设选址

芜湖高新技术产业开发区位于芜湖市弋江区，位处 205 国道及沿江高速公路边，规划面积 23 平方公里，分为光电子工业园、新材料工业园、汽车零部件工业园、纺织服装工业园、星火工业园和综合加工园。全区以高起点、高标准规划建设，是芜湖地区重要的经济增长极。

****动漫科技园选址主要基于芜湖高新区总体规划与芜湖动漫产业发展规划的综合考虑，力争通过合理的定位，发挥出动漫产业与高新产业的聚集性与辐射性，提升高新区的产业地位与整体形象。

基于此，产业配套工程选址于芜湖高新区南区地块，该地块位于峨山路以南、九华南路以西，金山东路以北。

项目在芜湖市与芜湖高新区的区位图参见图-18 和图-19 所示。

(规划图略)

图 18 项目地块在芜湖的位置

(规划图略)

图 19 项目地块在芜湖高新区的位置

2 选址建设条件

2.1 区位条件和交通条件

地块位于芜湖北交通主干道九华南路左侧，区位优势突出。地块紧靠芜湖汽车客运南站，距离芜湖火车站 6 公里，距离最近的滨江区域 1.5 公里。

2.2 环境条件

本地块东、北、南三面靠路，地块中间位置有较大面积水面，具有天然的环境优势，能够与项目产业主题的相关功能形成内容与外在的呼应和协调，能够提升项目的整体环境形象。同时，项目周边是高教园区与高新技术产业聚集区，没有污染源头，为项目创造了良好的环境条件。

2.3 基础配套设施

该地块拆迁重置手续已经办理完成，四月份就能完成拆迁工作，八月份能够完成项目“七通一平”，九月份将全面开工建设。

3 项目规划方案

芜湖****动漫科技园总体规划图参见图-20。

(规划图略)

图-20 ****动漫科技园总体规划图

4 详细规划设计指标

建设用地面积：133371 平方米

地上总建筑面积：266908 平方米

地下建筑面积：68000 平方米

建筑占地面积：28941.5 平方米

容积率：2.0

建筑密度：21.7%

5 项目建设内容

◆ 动漫基地与 IT 软件园

由智能化、生态型的建筑楼群组成，包括两幢 26 层、一幢 18 层、一幢 15 层的建筑组成，引进包括动漫、网络游戏、软件等生产型企业与相关高科技衍生企业。并以搭建产业链为核心，促进园区快速发展。

◆ 科技服务中心

建设一幢 18 层的建筑，建筑内部配置专项和公共实验室、科技专利指导机构、国际认证机构等，打造科技服务公共平台。

◆ 研发中心

建设一幢 15 层的建筑，作为动漫及网络游戏研发中心、高科技研发中心与国际创意研发中心。

◆ 展示中心

在地块水面区域旁边建设 3 层的展示中心楼群，建立以概念展示、产品交易、信息交流功能融合的全新模式，包括应用制作展示中心、动漫及网络游戏展示中心、国际创意中心、国际创意产业展示中心、科技精英馆、科技体验中心以及产业联盟信息平台。

◆ 教育培训中心

由两幢 5 层，一幢 9 层、一幢 12 层的建筑组成，将承担培训、教育、科技人才交流、创业指导和职业鉴定的功能。

◆ 人才公寓

由三幢 12 层，两幢 9 层建筑组成，作为园区产业中高端人才配套服务设施。

项目立项审批		■		
项目规划设计		■		
项目相关手续报批报建		■		
公共 基础 设施 建设	道路	■		
	输配电	■		
	给排水	■		
	通信	■		
	景观绿化		■	
地面 建筑 建设	室外附属工程		■	
	动漫基地建筑		■	
	IT软件园建筑		■	
	科技服务中心		■	
	研发中心		■	
	展示中心		■	
	培训教育中心		■	
	人才公寓		■	
	商业配套		■	

第六章 招商规划

1 概述

****动漫科技园招商工作在产业规划与整体功能布局的指导下,把引进以动漫产业与软件产业为目标,衍生相关高科技产业与创意产业,集中投资商与新黄浦的社会资源优势,积极开展招商引资,分步推进,追求实效,实现园区的招商目标。

2 招商优势

园区开展对外招商具有以下优势：

● 主题定位优势

****动漫科技园以国家级动漫产业基地为核心定位,充分结合芜湖相关产业的政策扶持优势和投资商与潜在新黄浦自身的科技商务资源,并通过孵化平台、创新平台与服务平台的建设,对处于产业价值链上下游的企业形成吸引力与集聚力。

● 产业基础优势

芜湖当地发达的制造业与商贸流通业在激烈的市场竞争中,需要通过信息、科技、媒介等新兴产业的引入提升产业竞争力与产业层级,为园区产业的发展提供了基础。

● 优惠政策支持

作为安徽省仅有的两个国家级产业发展基地之一,芜湖已经制定了全方位的扶持动漫产业发展的计划并全面贯彻落实;同时芜湖作为安徽软件产业发展比较好的城市,相关鼓励软件产业发展的政策体系也已经比较成熟。

● 商务成本优势

作为芜湖政府鼓励动漫产业发展的具体措施,园区相对低廉的土地出让价格决定了****动漫科技园商务办公成本与芜湖中心城区相比在价格上具有明显优势,对处于成长周期阶段的人才密集型的科技企业而言,往往对交通区位不太敏感,低廉的商务办公成本才是吸引其进驻最大的卖点。

● 人力资源优势

项目周边紧靠芜湖高教园区，而且安徽师范大学与安徽工程科技学院设置有动画专业，属于芜湖人才基础最雄厚、智力资源最为密集的区域，为项目提供了人力资源保障。

● 综合服务优势

****动漫科技园投资环境良好，将为入区企业提供各项配套服务，提升企业入驻效率，有效降低或避免企业投资的风险。

3 招商目标行业市场研究

根据****动漫科技园总体战略定位，园区招商目标行业市场主要锁定在以下几大行业市场。

- 动画创作与加工
- 动漫衍生产品设计应用服务
- 动漫衍生产品经销及展示服务
- 动漫广告及数字媒体应用服务
- 网络游戏及手机游戏
- 软件外包服务
- 企业级软件应用服务
- 创意产业相关

4 招商行业方向与目标企业锁定

4.1 产业招商

根据****动漫科技园的产业定位和发展目标，将重点选择以下企业作为招商重点对象：

- 动画原创制作
- 动画外包加工制作
- 动漫广告策划设计
- 数字媒体推广应用
- 网络游戏外包加工
- 网络游戏后端服务支持

- 手机游戏外包加工
- 动漫衍生产品设计
- 动漫衍生产品经销代理
- 软件外包加工
- 企业级软件应用实施服务
- 广告策划
- 平面设计
- 媒介推广

4.2 其它招商

- **会展**

重点关注 IT 产品展销服务的公司

- **教育培训**

重点关注美术、动画制作、IT、英语类的培训公司

- **配套商业**

关注连锁超市、连锁商务餐饮、休闲、康乐、健身等品牌。

4.3 招商重点区域

中国主要城市动漫游戏产业在政府和政策、产业规模与增长、产业氛围、要素供给、服务等方面综合考量下，总体上看，上海、北京处于国内领先地位，杭州、广州、深圳、成都紧随其后，而大连、无锡、常州在竞争力还有待加强。而在细分领域，长沙、杭州由于其鲜明的产业特色和产业基础，处于国内动漫产业领先地位，而上海、北京、广州位居国内游戏前列

- **上海市**

上海动漫产业历来以上海美术电影制片厂为龙头，具有悠久的历史。从上世纪 90 年代初就开始发展的动漫游戏展，经过 10 年已经成为中国动漫游戏会展最密集的城市，每年要举办近 10 个相关会展，形成了独特的“动漫季”景观。上海的展会平台正成为动漫游戏的“大秀场”。上海拟打造的“东方影城”，将在“产业核心区”中设立动漫创作、动漫电影制作的专门区域，开辟 1.9 平方公里的“影视互动区”，为上海的原创动漫提供技术支持。经过几年的发

展，上海在包括动漫游戏在内的互动娱乐产业方面，已经在全国具有领先的优势。而网络游戏上海更占了全国 70%的份额，不仅拥有“盛大网络”“第九城市”等国内互动娱乐的龙头企业，“新浪”“光通”等外省注册企业也将游戏运营部门设在上海。去年建成的 12000 平方米的“上海炫动乐百动漫城”，则是目前国内最大的动漫主题商城。在上海地区能够收到的 50 多个电视频道中，“炫动”卡通卫视的收视率排名第五。“国家级动漫网游产业发展基地”“国家动画产业基地”等“国字号”基地也纷纷落户上海。上海正在形成互动娱乐研发、制作、播放、运营、教育的“一体平台”。

● 深圳市

深圳正在成为国际动漫业一个重要的加工基地。在深圳，以动画作为一种艺术形式手段进行创作和企业的企业有 1000 多家，从业人员上万人，最大的动画制作公司有 500 多名创作人员。目前，深圳以动画作为艺术手段进行创作和企业的企业门类齐全，如传统的动画片、电脑动画、建筑动画、广告动画、影视电脑动画视觉特技、电脑多媒体网络游戏动画等等，用于制作和生产的设备和软件从前期到后期一应俱全。深圳一些动漫公司还通过长期的加工制作积累了资本，开始了原创动漫的探索。他们“以加工养原创”，一边继续承接国外动漫公司的定单，担当好莱坞“动漫加工厂”，一边开发一些原创作品。翡翠公司目前就在酝酿一部动漫原创作品。

2006 年，深圳怡景动漫产业基地生产了 10 部、共 14808 分钟的原创动漫影视产品。深圳南方盛美动画设计公司制作的《水果部落》在韩国春川国际动画片评选中获大奖，受到迪斯尼公司、以“KITTY猫”闻名的日本 IMA 集团青睐。第三届世博会首日，深圳怡景动漫产业基地已有 30 个动漫项目获得外商近 4 亿元人民币的意向投资。

● 杭州市

目前杭州已经拥有影视动画、游戏软件研发等营运企业 50 多家，动漫产业从业人员 1 万多人，已初步形成动漫产品研发、制作、运营和衍生产品开发的产业链，开始从单纯的境外影视机构加工基地格局向自主开发改变。目前杭州正在或计划制作的动画影视片共 18 部 3500 集，总长度达 3.5 万多分钟，总投资额近 2 亿元，原创和自主研发的比例已经上升到了 36%。在省、市两级政府的支持下，2004 年 12 月，国家广电总局正式批准杭州高新技术开发区为国家动画产业基地，中国美术学院为国家动画教学研究基地。在首批国家 13 个动画基地中，浙江占了两个，成为惟一的既有动画产业基地又有动画教学研究基地的省份。

- **长沙市**

由三辰卡通原创的“蓝猫”卡通形象的成功，在长沙唤醒了一个新兴的产业。长沙已经形成以“三辰卡通”“宏梦卡通”“哆咪七彩”“艺文国际”等为代表的动漫产业集群，拥有 8 家原创动漫卡通制作企业、103 家动画工作室；出版发行漫画书报刊 1861 种。长沙动漫现有原创人员 3600 多人，其中高级策划制作人员 384 人，相关从业人员 2 万多人；2005 年产原创动漫 20492 分钟，增长达 33%，占全国产量 70%左右，出口 4400 分钟，创汇 1730 万美元。衍生产品种类达 17975 种，产值达 53.7 亿元，总盈利 3253 万元，初步形成了完整的动漫产业体系，目前，长沙每年制作卡通片达两万多分钟，未来 5 年，长沙将着力培育 3 到 5 个全国知名的动漫品牌，建成一定规模、拥有原创能力的企业 20 家以上；动漫出版物年收入将达 20 亿元至 30 亿元，地域性动漫衍生产业收入 200 亿元以上。

5 招商方式与策略

5.1 招商方式

- **政府协作**

与芜湖市政府主管部门、安徽省文化部门、科技部门、行业协会通力合作，积极开展多层次的园区招商引资推介，支持招商工作的推动，增强****动漫科技园的知名度，引导知名企业入驻。

- **区域招商**

合作区重点招商地区主要在上海、杭州、长沙等。通过发布会，洽谈会，研讨会、媒体广告宣传、报道等多种形式，宣传合作区项目。

- **产业关联**

以行业内领袖企业为核心招商项目，带动行业投资项目，进行资源和市场整合，带动行业相关企业入区投资。同时，针对市场前景较好，产业附加值较高的目标企业，重点进行跟踪和引进。

- **商务运作**

细分招商目标和责任，通过行业协会等服务性组织（如中国开发区协会）和专业性咨询、招商等中介服务机构（如上海圣博华康城市规划咨询有限公司），增加了解信息的渠道，有针对性地地进行园区推介和招商工作；并通过良好合作关系的保持让中介机构了解园区的宗旨

和与众不同之处及长期战略方向，增强其信心，以便获得更多的客户投资机会。

5.2 招商策略

● 突出宣传重点

客户在了解园区的基本信息时，一般较看重园区的知名度和园区的形象塑造。园区在宣传时应当从客户的切身利益出发，抓住客户投资活动可能遇到的主要投资风险，针对主要风险提出园区能为其创造的价值内容，突出自身优势并与园区的使命相一致，真正有感召力的广告或宣传是让客户感到园区能帮助他们提高利润，降低成本，减少无效劳动，走向成功。

● 加强宣传渠道的有效性

针对目标行业和客户高级管理人士，评估他们接受信息各种渠道及其有效性。例如选择最有效的载体取得最佳广告效果，包括路牌、电视广告、酒店商务中心、商务旅行的站点等。

● 提升园区招商专业性

以行业为重点，平时做好国家政策法规的学习管理工作，在此基础上了解重点目标行业的国内外形势、发展状况、行业技术、一般术语、主要分布和代表企业等情况，摸准不同行业、国别、规模的客户特点及投资心理，有针对性的向客户进行园区介绍及宣传，突出对客户有利的园区优势，做到有的放矢，让客户感到园区了解他们的需求和不满意的地方，使其有进一步合作可能性的和意愿。

● 提高招商人员专业素质

从客户到园区参观到最终落户，园区主要通过招商人员提供有关信息，协调相关的服务并进行谈判，招商人员的专业素质和招商技巧是招商成功与否的关键因素。例如着装随便会给人一种不可信任，可以敷衍的感觉；缺乏业务素质和必要知识，首先会影响交往的深入，继而会令人怀疑未来园区提供价值的可能性。因此园区应该注重招商人员的招聘选拔，大力加强招商人员的全面素质培养，通过各部门为员工设置个人发展目标来促进员工自我提高，从而抓住更多的商机。

● 加强与客户的沟通联络

园区日常接待的客户很多，由于各种原因，有部分的客户未能选择本园区，但是考虑到不少客户还有增资的可能性，园区应该广泛收集客户的信息，例如各种公众场合注意收集

名片、单位名号，以各种形式加强与潜在客户的沟通，给客户留下诚意招商的良好印象，争取未来的招商机会。

6 招商计划

****动漫科技园计划用 3 年时间，计划引进动漫类企业 30 余家，软件企业 30 余家，其它创意与科技服务类企业 20 余家；形成初具规模的动漫产业集群与软件企业聚集区，成为安徽省内具有示范效应的高新技术产业园区。

第七章 项目营销推广策略

1 项目营销推广总体理念

- 借力造势，演绎****动漫科技园体系
- 挖掘特色，渲染个性化的 SOHO 休闲办公理念
- 协作区块，描绘芜湖未来高新技术领袖区的方向

2 项目营销推广的阶段性工作构思

2.1 筹备期

筹备期主要是对项目进行一个全案的策划和对策划方案中的系列工作进行试运行。筹备期需要完成以下工作：

- 加强市场调研工作，深刻挖掘项目内涵，提炼项目的特色；
- 分析讨论整体策划方案，并确定营销工作的要点、重点和项目的定位；
- 制定阶段性项目形象宣传方案和营销计划；
- 筛选并统计广告目标群体；
- 制作完成项目宣传所需要的项目手册和单页广告，并投入合适的场合进行试宣传。

2.2 试水期

- 根据前期方案，落实项目广告的传播；
- 接洽广告、媒体，进行广告宣传合作谈判；
- 接待来访有租售意向的人员与单位；
- 落实各类租赁合同等文本；
- 根据实际效果制订并落实阶段性的宣传计划。

2.3 强推期

- 根据前期的运行结果，及时进行营销策略的调整；
- 扩大宣传力度，修改并落实各项广告宣传计划；
- 统计各类有租售意向企业名单；
- 策划组织各类推介活动；

2.4 收割期

- 落实园区各类配套服务工作；
- 总结归类各类企业的档案库；
- 处理协调入驻企业和园区之间的关系；

3 项目宣传手段构思

3.1 硬件塑造

- 工地告知性广告
- 户外视觉广告设置
- 电台声效广告
- 针对性的DM广告
- 网络广告设置
- 设置一套精美的示范单元或样板房

3.2 活动新闻软性宣传

- 为区域造势
- 为本案背景造势
- 为楼盘特色造势

3.3 项目合作性推广策划

- 高新管委会宣传
- 租赁代理公司的合作
- 行业协会等组织的合作
- 知名院校研究生创业组织

第八章 项目开发运营模式分析

1 项目开发节奏

为了保障现金流合理流动，项目开发分为两期，2008 年下半年至 2009 年底为第一期，2009 年底至 2010 年底为第二期，开发节奏如下表：

表 17 项目开发节奏

功能	第一期开发量 (平方米)	第二期开发量 (平方米)
动漫基地	30000	30000
IT 软件园	30000	30000
展示中心	0	20000
研发中心	0	15000
科技服务中心	0	15000
教育培训中心	0	20000
人才公寓	20000	20000
商业配套	20000	20000
总计	100000	170000

2 物业租售模式分析

根据****科技与芜湖政府签订的投资合同中约定销售比例的范围，根据销售范围的变化，确定短、中、长三种投资模式。

2.1 模式A：短期投资策略

动漫基地、IT 软件园第一期开发完毕后全部出售，第二期建设完成后全部持有，满足政府出售部分比例不能超过 50%的规定；

会展中心、研发中心建设完成后亦全部出售；

人才公寓、商业配套设施第一期开发完毕后全部出售，第二期建设完成后全部持有，满足政府出售部分比例不能超过 50%的规定；

科技服务中心与教育培训中心开发完后全部持有；

2.2 模式B：中期持有策略

动漫基地、IT软件园第一期开发完毕后全部出售，第二期建设完成后全部持有，满足政府出售部分比例不能超过 50%的规定；

其余物业一直持有。

2.3 模式C：长期持有策略

所有物业均只租不售。

3 定价策略

3.1 租赁价格

● 动漫基地、IT软件园、研发中心办公楼

第一年对满足入驻条件的动漫科技企业在规定面积内全部免租；第二年在规定面积内租赁价格减半；第三年开始价格持平，以后每3年涨10%。

● 人才公寓

所有入驻企业按租赁面积折算一定比例享受1年的人才公寓免费租赁期；在1年期满后园区企业租赁价格比市场价格低20%，园外企业租赁参照同期市场价格。

● 展示中心、培训教育中心

以低于市场价20%长期租赁给专业运营机构。

● 科技服务中心

不对外租赁，由投资商自行组建团队运营。

● 商业配套设施

按照同期市场价。

3.2 销售价格

- **动漫基地、IT软件园、科技服务中心、研发中心办公楼**

建成时销售价格比市场价低 20%，连续租满 5 年的企业在购买时能够享受 20% 的折扣。

- **人才公寓**

全部参照市场同期价格。

- **商业配套设施**

按照同期市场价。

4 园区经营管理模式分析

4.1 园区经营管理指导思路

园区的性质决定了经营管理的策略框架，相比目前普遍采用的政府办园区与国有企业办园区的模式，有其独特的质的规定性。在政府办园区的模式下，园区开发建设的目的、目标、投资、建设、管理与运行均由政府直接操作、在各个决策与运营层面上由政府直接控制并体现政府意图，赋税获取为全社会所有；而在国有企业办园区的模式下，出资企业与政府往往有直接关系，政府授权企业经营园区，间接体现政府意志，区域管理职能具有双重性，权力界定明确，企业利益与政府利益各自通过不同途径实现。

****动漫科技园是由民营企业与非政府授权的国有企业共同投资、建设、经营，在政府出让的特定土地面积内，定位于发展科技研发和高端服务业的功能，满足促进区域发展、带动当地经济增长和社会进步的政府愿景，并长期持有、稳定运行以期获得企业收益，以期形成在资本市场上优质品牌的特殊园区。因而，****动漫科技园在实施运作方面要充分考虑与政府和国企主导办园区的区别，特别要考虑企业办园区的角色定位、与政府和入区企业以及战略合作者的关系、经营模式、投入——产出的数量分析、投融资方式、最终企业经营的盈利实现等一系列系统性的问题。所以，对于园区后期经营的方案设计中，需要根据园区实际实施运作的需要，提出全套的系统性的解决方案，以满足一揽子需求。

4.2 园区经营管理系统框架

园区后期实施运作系统框架图如下：

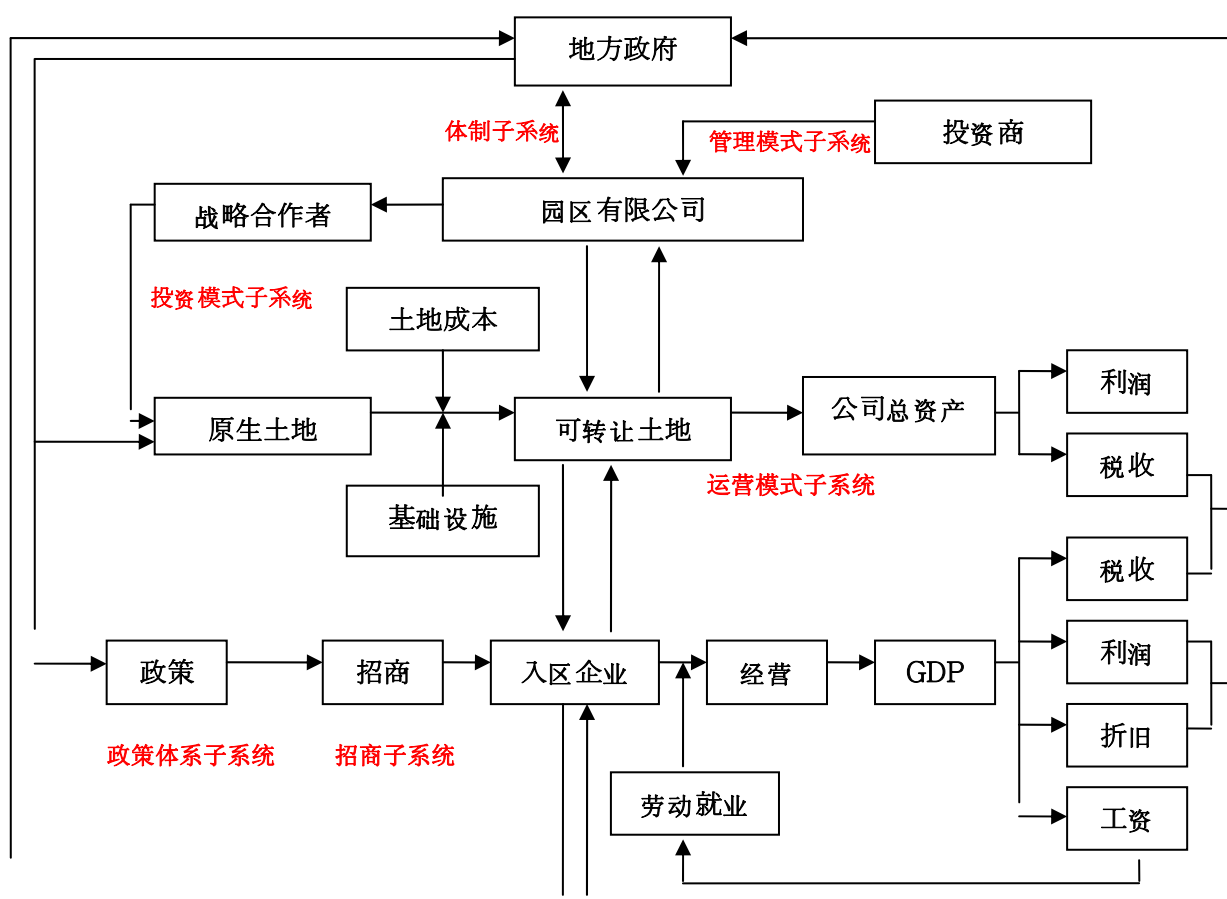


图 21 园区经营管理系统框架图

如上图所示，园区经营由七个不同的子系统组成，每一个子系统涵盖了后期工作的重心与方向。

体制子系统用于界定政府和未来项目运营公司的关系，包括通过成立协调委员会在特定

的范围内行使行政权力，开展协调咨询工作，体现中间层面的指导与支持作用，并在投资开发与运营管理方面政府的支持手段和利益让渡方式。

管理模式子系统是设计投资商与园区运营公司的关系，包括运营公司的职能、部门设置，运行方式，资金流的来源与循环，子公司与母公司的利益分界等。

投资模式子系统是对园区开发建设资金需求来源分析，包括投资总量、融资模式，新黄浦引进方式等内容。

运营模式子系统是对园区运营公司经营角色的思考，包括运营公司在园区开发建设阶段与运营管理阶段中承担的角色与作用以及企业的盈利模式。

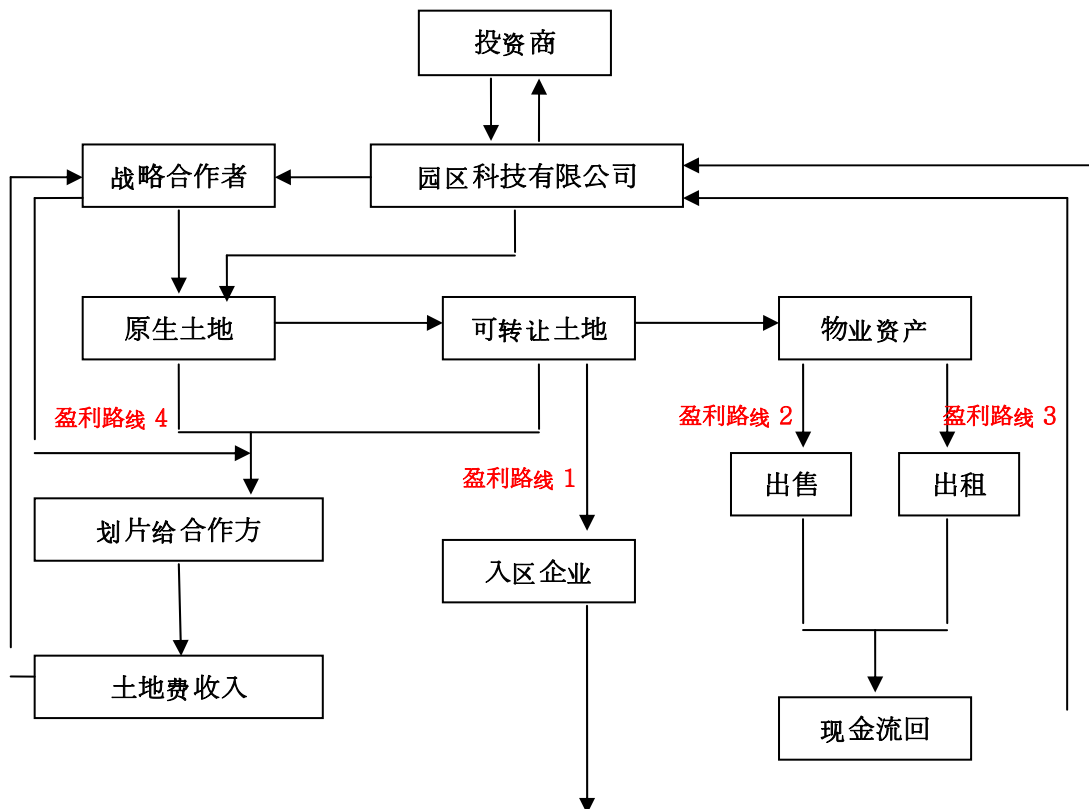
政策体系子系统是为吸引企业进入园区的各种优惠政策系统，此部分只是政府的优惠政策，不包括园区自身为企业提供的优惠。

投资模式子系统是对园区开发建设资金需求来源分析，包括投资总量、融资模式，新黄浦引进方式等内容。

招商子系统是对招商及规范园区内企业经营要求和约束的要点，并参照国内企业办园区的成功实践经验提出引导建议。

4.3 园区盈利模式分析

园区盈利路线图如下：



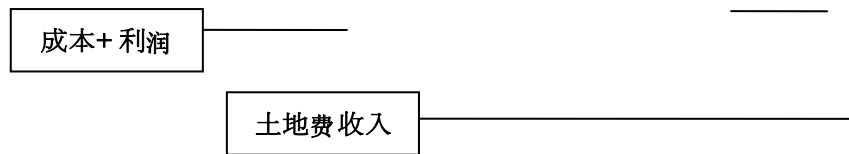


图 22 园区盈利模式图

盈利路线 1：园区有限公司直接向入区企业转让土地使用权，以单纯的土地交易价差获得利润，在园区全面运营后通过为入区企业提供管理服务获得物业管理收入。

盈利路线 2：园区有限公司不直接转让土地，进行开发建设形成房产资产后用于出售给入区企业，通过物业资产出售获利，并园区全面运营后通过为入区企业提供管理服务获得物业管理收入。

盈利路线 3：园区有限公司在开发建设完成后永续持有房产，只租不售，以经营者的身份获得租金形成稳定现金流，获得长期投资收益。

盈利路线 4：园区有限公司与战略合作者共同出资开发，然后按比例分配可转让土地，各自经营，缓解投资压力并有利于项目引进；但是土地一旦转让给合作者，园区整体定位与功能布局不能保持一致性与符合性，园区的经营管理亦不能保持统一性与完整性，对园区未来发展将带来不利影响。

第九章 项目建设与运营相关政策体系分析

1 民营科技园政策研究背景分析

1.1 民营科技园运行内涵概述

民营科技园区是以民营科技企业为主体，以技术创新为方向，以发展民族科技产业(包括民族高科技产业和民族实用科技产业)为目标，按照民营机制运行和管理，是促进教育、科研和生产相结合，推动科技、经济和社会协调发展的综合性基地。其主要任务是培育新兴先导产业，加速科技成果转化，积极用高新技术改造传统产业，使产业升级，促进科技与经济结合，推动区域经济的发展。

1.2 民营科技园政策体系分析

政策体系是支持科技园区开发建设与运营管理的工作系统，包括调控、整合、检测、评价等系统化的标准体系，以政府行政手段、市场经济手段与法制手段的贯彻落实方式，通过在土地、投资、税收、金融、物价、外贸、关税、专利、人才等一系列的专门政策的落位，为科技园的建设与运营创造良好的政策环境。在政府办园区和国有企业办园区的模式之下，政府通过政策面的设计与调节，成为在园区建设和成长的第一推动力，既是园区规则体系的制定者，也是园区建设与运营过程中各项规则参与者与执行者。在民营科技园区中，由于园区建设运营主体是民营企业，在充分发挥民营企业市场运行机制方面优势的同时，需要在和政府积极沟通配合的基础上，对宏观、中观、微观层面的各项政策进行梳理与解读，为园区在启动与前期培育阶段提供相对宽松、有利的环境；而在民营科技园区发展到一定阶段以后，逐渐淡化园区扶持的政策优势，开始主要依靠园区自身的功能优势来发展，这亦是制定与设计政策体系的初衷。

2. 政策体系研究整体思路解读

2.1 国外动漫产业政策借鉴分析

政府产业政策一般分为规范化政策和奖励性政策，前者具有强制性，后者具有激励性，这两种力量共同形成促进动漫产业发展的合力。所以动漫产业市场环境的形成很大程度上依赖于政府力量和国家政策的支持。下表是日韩两国发展动漫产业支持性政策概况

表-18 日韩动漫产业扶持政策

(资料来源：华经视点-2007年至2008年中国动漫产业前景展望与市场预测报告)

国家	政策制定	政策目标
日本	《内容产业促进法》	通过文化的产业化实现经济结构向知识密集型转化，使产业重心从 GDP 转向 GNC，从硬力量（经济和军事）转向软力量（文化价值观和品牌）。
韩国	《文化产业发展五年计划》	韩国文化产业的产值在世界市场的份额由1%扩张到5%（710亿美元），海外出口额增加到100亿美元。
	《漫画产业发展中长期计划（2003~2007年）》	2007年韩国漫画制作规模要达到5000亿韩元，消费市场达一万亿韩元，使国产漫画市场占有率提高到70%，销售市场与借阅市场各占40%和60%，出口占10%。
	《动画产业中期增长战略》	2010年韩国动画市场规模达到一万亿韩元。
	《文化产业振兴基本法》	它首次正式把漫画列入文化产业范畴，为政府对漫画产业的支持提供了法律依据。
	修订了《广播法》	采用本国动画片义务播放制，各电视台要保障用总时间1%~1.5%的时间播放本国动画片；同时对国产动画片与进口动画片在本国电视台的播放比例进行了详细的规定：韩国动画片占45%，外国动画片占55%。

一般而言，国外政府支持动漫产业的政策体系可以总结为以下几点：

● 政府直接拨款

这是最常见的一种资金支持方式，即政府直接播出大量款项用于支持动漫产业的发展。在法国，电影总局规定，每部符合规定条件的动画片都会划拨额度相当于600~1000万元人民币的专项款项给制作公司；在韩国，其文化观光部在2005年就投入125亿韩元（约1250万美元）用于扶持漫画、动画片、动画形象创作产业。

● 设立产业基金

产业基金是另一种官方或半官方的资金支持形式。例如韩国设有文化产业发展基金和游

戏产业发展基金。

● 为企业贷款提供担保

这是韩国政府扶持动漫产业的方式之一。与前面两种方式相比，政府为动漫企业提供投资担保是更为实际的一种支持方式。这种方式能在一定程度上减轻政府的资金压力，同时又能起到激励动漫企业，为其解除后顾之忧的作用。

● 为企业提供长期低息贷款

帮助动漫企业顺利解决贷款问题是政府扶持动漫产业的重要举措，除了采取政府为动漫企业提供贷款担保的方式以外，为动漫企业提供长期低息贷款也是切实可行的做法。对于创业初期的企业来讲，这种帮助是其存活发展的重要力量。

● 为企业减免税收

对动漫企业减免税收是有效的政府扶持方式之一。尽管这并不是直接的资金支持，但对动漫企业来讲，却是十分实惠的产业激励政策。减免税收能使动漫企业尽快收回投资，进入良性的产业运转。只有先舍弃小利，让动漫企业尝到甜头，国家才能源源不断地从动漫产业中获取经济利益，使之逐渐成为国家的支柱产业。

● 通过投资组合或投资联盟向动漫企业提供资金支持

由政府牵头，通过投资组合或投资联盟向动漫企业提供资金支持是很好的投资形式。如韩国大型数字音像产业投资组合就曾筹资 500 亿韩元重点支持动画制作。

● 通过政府代理机构间接资助动漫企业

一些政府代理机构可以对动漫产业给予间接的资助。这些代理机构是政府直接兴办或者授权委托的，他们对资助对象进行评估认定，提出动漫项目的可行性分析，对考察合格的动漫企业根据项目的实际制作成本和运营经费给予补助和支持。

2.2 现有动漫产业扶持政策解读

通过对国家、省、市三级政府对动漫产业发展扶持政策的梳理，政策体系及要点如下：

表-19 国家、省、市对动漫业扶持政策解读

	政策名称	制定部门	政策要点
国家层面	《国家动漫游戏产业振兴计划》	文化部	<ul style="list-style-type: none">● 在 3-5 年内，让国产原创动漫游戏精品占据国内市场的主流；● 再用 3-5 年，争取让中国动漫游戏产业在世界市场占有一席之地，进入世界领先国家行列。

	《国家“十一五”时期文化发展纲要》	文化部	<ul style="list-style-type: none"> ● 积极培育和引进动漫制作、现代传媒等由高新技术支撑的文化产业，努力构建现代文化产业体系。
	《关于网络游戏发展和管理的若干意见》	文化部 信息产业部	<ul style="list-style-type: none"> ● 明确了网络游戏的定义和涵盖的范围； ● 明确了网络游戏作为软件产业的重要组成部分，将享受当前国家关于软件产业的许多优惠政策。
	《关于发展我国影视动画产业的若干意见》	广电总局	<ul style="list-style-type: none"> ● 在每个播出动画片的频道中，国产动画片每季度播出数量不少于 60%； ● 凡播出电影、电视剧的频道在 17:00 至 19:00 播出 30 分钟国产动画片的，可在黄金时段（19:00 至 22:00）增加播出 30 秒广告； ● 在 17:00 至 19:00 播出 60 分钟以上（含 60 分钟）国产动画片的，可在黄金时段（19:00 至 22:00）增加播出 60 秒广告； ● 少儿频道、动画频道每天要在黄金时段（19:00 至 22:00）安排播出一定时间的国产动画片。
	《广电总局关于进一步规范电视动画片播出管理的通知》	广电总局	<ul style="list-style-type: none"> ● 各级电视台所有频道在 17:00~20:00 之间，均不得播出境外动画片和介绍境外动画片的资讯节目或展示外动画片的栏目； ● 合拍动画片在这一时段播出，需报广电总局批准； ● 全天播出的国产动画片比例在 70%以上。
	《关于推动我国动漫产业发展的若干意见》	财政部 教育部 科技部 信息产业部 商务部 文化部 税务总局 工商总局 广电总局 新闻出版总署	<ul style="list-style-type: none"> ● 建立扶持动漫产业发展部际联席会议制度； ● 中央财政设立扶持动漫产业发展专项资金； ● 建立优秀原创动漫产品评选、奖励和推广机制； ● 加大投融资支持力度； ● 享受国家现行鼓励软件产业发展的有关增值税、所得税优惠政策
安徽层面	《关于继续支持文化事业促进文化产业发展若干经济政策的通知》	省政府	<ul style="list-style-type: none"> ● 对核准的文化企业享受一定期限的所得税减免优惠； ● 对公益性文化设施建设项目，在选址、立项、征地、投入等方面给予优惠，有关税费给予减免； ● 省级财政继续按宣传文化企业上年上缴所得税的实际入库数列支预算，建立省宣传文化发展专项资金

<p>芜湖层面</p>	<p>《关于鼓励扶持动漫产业发展的暂行规定》</p>	<p>市政府</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 安排不少于 1000 万元动漫产业发展专项资金，专门用于对动漫产业的奖励； ● 原创影视动画作品，在中央、省、市级电视台播出予以奖励； ● 新办企业 5 年内免缴所得税，后 5 年所得税减半征收； ● 提供贷款融资担保。
-------------	----------------------------	------------	---

第十章 项目财务分析与评价

1 基于不同开发模式下的财务评价路径

根据前篇对三大开发模式的定义，其财务评价路径如下：

在模式 A 中，由于迅速销售总面积达一半的物业，能减少项目公司财务压力，但由于持有比例较低，不利于未来统一经营统一管理来提升园区品牌价值，从而降低了物业升值的空间。

在模式 B 中，由于仅仅销售了办公楼的一部分，回笼资金有限，前期经营财务压力依然很大，但由于销售比例低，有利于未来统一运营统一品牌宣传，提升园区升值的潜力。

在模式 C 中，由于全部只租不售，在运营前期对信贷资金要求比较高，而且由于回收期比较长，需要具有长期的财务持续平衡的能力；但只租不售策略对未来品牌塑造将有很大的促进作用，有利于提升无形价值。

所有详细财务测算过程详见附件。

2 基于开发模式A的财务分析

2.1 项目建设阶段成本费用测算

◆ 工程进度

- 动漫基地办公建筑 6 万平方米，其中一期工程 3 万平方米，其中 08 年完成一期工程量 30%，09 年完成一期工程量 70%；09 年完成二期工程 10%，2010 年完成二期工程量 90%。
- 展示中心建筑 2 万平方米 09 年完成工程量 20%，2010 年完成工程量 80%。
- 培训教育中心建筑 2 万平方米，09 年完成工程量 20%，2010 年完成工程量 80%。
- IT 软件园办公建筑 6 万平方米，其中一期工程 3 万平方米，其中 08 年完成一期工程量 30%，09 年完成一期工程量 70%；09 年完成二期工程 10%，2010 年完成二期工程量 90%。
- 科技服务中心 1.5 万平方米，09 年完成工程量 20%，2010 年完成工程量 80%。

- 研发中心 1.5 万平方米，09 年完成工程量 20%，2010 年完成工程量 80%。
- 人才公寓 4 万平方米，其中一期工程 2 万平方米，其中 08 年完成一期工程 30%，09 年完成一期工程 70%；09 年完成二期工程 10%，2010 年完成二期工程量 90%。
- 商业配套 4 万平方米，其中一期工程 2 万平方米，其中 08 年完成一期工程 30%，09 年完成一期工程 70%；09 年完成二期工程 10%，2010 年完成二期工程量 90%。

◆ 成本费用计算摊销方式

- 土地出让成本在 08 年全部摊销；
- 工程前期费用在 08 年摊销 70%，09 年摊销 30%；
- 基础设施费用 08 年摊销 60%，09 年摊销 40%；
- 开发建设管理费用按照总成本的 5% 计算；
- 工程不可预见费按照总成本 5% 计算；
- 项目自有资金为 1 亿元；
- 财务费用以当年累计贷款总额为贷款本金，08 年全部以自有资金运作，09 年向银行贷款 1.8 亿元，贷款利率为 7.5%；
- 出售物业土地出让金差价以办公物业 22.4 万元/亩（政府规定价格）、住宅与商业物业 100 万/亩（参照目前市场价）的差价进行补缴。

项目总建设成本费用如下表（详细测算详见附件一）：

表 20 项目建设总成本费用表（模式 A）

指标（万元）	总价	2008 年	2009 年	2010 年
总计	46125	8517	13847	23730

2.2 项目销售收入测算

◆ 测算前提

- 2009 年所有销售部分完成销售进度 30%；2010 年完成剩余销售进度 70%；
- 项目完成销售后归还所有贷款；
- 出售物业土地出让金差价以工业办公物业 22.4 万元/亩（政府规定价格）、综合物业 100 万/亩（参照目前市场价）的差价进行补缴；
- 销售及宣传推广费用按同期销售收入 5% 计算；

- 销售税金及附加按同期销售收入 5.7% 计算。
- 2010 年通过物业销售收入在年底前全部还清贷款。

◆ **销售价格估算**

- **办公楼价格：**周围工业厂房价格目前在 3000 元/平方米左右；本项目办公楼作为工业办公物业，价格比工业厂房上浮 1000 左右，动漫科技企业获取的价格在这个基础上享受 20% 折扣左右，成交价格在 3200 元/平方米左右。
- **人才公寓价格：**周围住宅价格在 4000 元-5000 元/平方米左右，由于此区域属于未来行政与商业中心，未来升值潜力大，即使以最保守的估计，2010 年该地段住宅价格将在 6000 元/平方米左右。而且通过补缴土地差价，土地属性变更为居住用地，使用权限为 70 年，所以价格与周边住宅相同，企业获取价格在这个基础上享受 10% 的折扣，成交价格在 5500 元/平方米左右。
- **配套商业价格：**周边区域配套商业如果属于外街商业，一层的销售价格在 20000 元/平方米；如果属于内街商业，一层的销售在 6500 元/平方米左右；根据本项目商铺的规划设计，配套商业紧靠峨山路，共三层，属于外街商业，预计 2010 年一层的价格将达到 20000 元/平方米。而由于二层与三层的价格一般在一层的 50% 与 33% 左右，所以商业平均价格在 12000 元/平方米左右。
- 研发中心价格参照办公楼价格
- 展示中心价格参照人才公寓价格

项目销售净收入如下表所示：(详细测算详见附件一)

表 21 项目销售收入表 (模式 A)

指标 (万元)	总价	2009 年	2010 年
销售净收入	59171	17751	41420

2.3 项目运营收入测算

◆ **测算前提**

- 除人才公寓与科技服务中心外，其他物业第一年整体出租率在 30%，第二年整体出租率在 60%，第三年以后稳定在 90%；
- 科技服务中心由投资商自行购置设备，自行经营，不对外出租；
- 由于每年新入驻企业享受一定面积免租金或租金减半的优惠，为了便于计算，每年实际

租赁收入相当于理想状态下的 80%；

- 土地成本在经营期 50 年内摊销，建筑等固定资产在 30 年内直线折旧，科技中心购置设备折旧期 10 年；
- 根据安徽省的相关规定，房产税的计算按照房产原值扣除 30% 的余值的 1% 计算；
- 租赁营业税按照同期租赁收入的 5% 计算；
- 招商推广第一年由于开业需要支出 200 万元，第二年起稳定在 100 万/年；
- 管理支出根据总的租赁面积，按照 2 元/平方米的价格计算。

◆ 租赁价格测算依据

- **办公楼**：由于周围没有可比较的办公楼宇，而且本项目办公属于工业办公物业，即参照工业厂房价格 8-10 元/平方米.月，在 20 元/平方米.月左右。在 2012 年后项目租赁基本稳定后每 3 年租金环比上扬 10%。
- **人才公寓**：附近中高档公寓租金在 10 元-25 元/平方米.月，由于采用小隔间，租赁价格相对比较高，基于保守的估计，人才公寓租金在 20 元/平方米.月，在 2012 年后每 3 年环比上扬 10%。
- **配套商业**：附近商业属于外街商业一层店铺可以达到 80 元-100 元/平方米.月；内街商业一层店铺达到 40 元-50 元/平方米.月；本项目基于保守的估计，在 2010 年一层店铺达到 80 元/平方米.月，经过三层价格平均，均价在 55 元/平方米.月。由于商业价格受商圈成熟促进作用比较大，在 2012 年后每 3 年环比上扬 20%。
- 科技服务中心第一年没有收入，第二年后开始产生收入。

项目租赁净收入如下图所示：（详细测算详见附件一）

表 22 项目租赁收入表（模式 A）

年份	经营净收入（万元）
2011 年	357
2012 年	1337
2013-2015 年	2268
2016-2018 年	2616
2019-2021 年	3018
2022-2024 年	3484
2025-2027 年	4026
2028-2030 年	4655
2031-2033 年	5388
2034-2036 年	6244
2037 年	7244

2.4 项目运营效益分析

项目运营效益如下表所示：(详细测算详见附件一)

表 23 项目运营效益分析表 (模式 A)

项目总投资 (万元)	46125
项目 30 年平均收益 (万元)	2878
项目 30 年投资回报率	6.23%
项目 20 年平均收益 (万元)	1670
项目 20 年平均资本回报率	3.62%
项目投资回收期 (年)	6.3 年

2.5 项目现金流分析

项目现金流量表入下图所示：(详细测算详见附件一)

表 24 现金流量表 (模式 A)

年份	公司各年总现金流量	年份	公司各年总现金流量
初始期 (资本金投入)	-10000	2022	3124
		2023	3124
2008	9483	2024	3124
2009	-13847	2025	3530
2010	-310	2026	3530
2011	1368	2027	3530
2012	2348	2028	4002
2013	3279	2029	4002
2014	3279	2030	4002
2015	3279	2031	4552
2016	2973	2032	4552
2017	2973	2033	4552
2018	2973	2034	5194
2019	3275	2035	5194
2020	3275	2036	5194
2021	2775	2037	5944
30 年内部回报率		15.12%	
20 年内部回报率		13.59%	

3 基于开发模式B的财务分析

3.1 建设成本费用测算

◆ 测算前提

- 自有资金 1 亿，2009 年贷款 1.5 亿元，2010 年再贷款 1 亿元，利率 7.5%；
- 其他测算前提同模式 A。

项目总成本费用如下图所示：(详细测算详见附件二)

建设成本费用表

表-25 项目总建设成本表 (模式B)

指标 (万元)	总价	2008 年	2009 年	2010 年
总计	46761	8376	13314	25770

3.2 销售收入分析

◆ 测算前提

- 2009 年预售完成 50%销售；2010 年完成另外 50%销售；
- 2010 年投资资金缺口通过 2009 年物业销售收入平衡；
- 其他测算参照模式 A。

项目销售收入如下图所示：(详细测算详见附件二)

表 26 项目销售收入分析表 (模式B)

指标 (万元)	总价	2010 年	2011 年
销售净收入	16693	8346	8346

3.2 租赁收入分析

◆ 测算前提

- 由于模式 B 租赁体量比较大，2011 租赁率在 20%，2012 年租赁率在 50%，2013 年租赁率在 70%，2014 年后租赁率稳定在 90%；
- 2016 年归还贷款 5000 万元，2019 年归还贷款 1 亿；2022 年还清剩余贷款 1 亿；
- 配套商业与展示中心租赁价格在 2013 年后每三年环比上扬 20%；其他物业租赁价格在 2013 年后每三年环比上扬 10%；
- 展示中心租赁价格在配套商业租赁价格的 50%；
- 其他参照模式 A。

项目租赁收入如下图所示：（详细测算详见附件二）

表 27 项目租赁收入分析表（模式 B）

年份	经营净收入
2011 年	-1569
2012 年	96
2013 年	1156
2014-2016 年	2266
2017-2019 年	3342
2020-2022 年	4912
2022-2025 年	6624
2026-2028 年	7752
2029-2031 年	9079
2032-2034 年	10641
2035-2037 年	12482

3.3 投资效益分析

项目投资效益如下图所示：（详细测算详见附件二）

表-28 项目投资效益分析（模式 B）

项目总投资（万元）	46761
项目 30 年平均收益（万元）	3386
项目 30 年平均投资回报率	7.24%
项目 30 年平均收益（万元）	1166

项目 30 年平均投资回报率	2.49%
项目投资回收期 (年)	15.6 年

3.4 现金流分析

项目现金流如下图所示：(详细测算详见附件二)

表-29 项目现金流量表 (模式 B)

年份	公司各年总现金流量	年份	公司各年总现金流量
初始期(资本金投入)	-10000	2022	-5805
		2023	5479
2008	6624	2024	5479
2009	5032	2025	5479
2010	-17424	2026	6325
2011	-558	2027	6325
2012	1107	2028	6325
2013	2167	2029	7320
2014	3277	2030	7320
2015	3277	2031	7320
2016	-1723	2032	8492
2017	4353	2033	8492
2018	4353	2034	8492
2019	-5647	2035	9872
2020	4695	2036	9872
2021	4195	2037	9872
30 年期内部回报率		12.97%	
20 年期内部回报率		9.00%	

4 基于模式C的财务评价

4.1 项目建设成本费用测算

◆ 测算前提

- 项目自有资金投入 1 亿；
- 2009 年银行贷款 1.5 亿，2010 年银行贷款 3 亿，贷款利率 7.5%。

项目总建设成本费用如下图：(详细测算详见附件三)

表-30 项目总建设成本费用表 (模式 C)

指标 (万元)	总价	2008 年	2009 年	2010 年
总计	48561	8517	13622	25755

4.2 项目租赁收入测算

◆ 测算前提

- 2011 年出租率 20%，2012 年出租率 40%，2013 年出租率 70%，2014 年后稳定在 90%；
- 2016 年归还贷款 5000 万元，2019 年归还贷款 1 亿；2022 年归还贷款 1.5 亿；2025 年还清剩余贷款 1.5 亿。

项目租赁收入如下图所示：（详细测算详见附件三）

表-31 项目经营收入表（模式C）

年份	经营净收入
2011 年	-2878
2012 年	-1527
2013 年	325
2014-2016 年	1626
2017-2019 年	2640
2020-2022 年	4342
2022-2025 年	6589
2026-2028 年	9012
2029-2031 年	10465
2032-2034 年	12165
2035-2037 年	14159

4.3 项目投资效益分析

项目投资效益如下图所示（详细测算详见附件三）

表-32 项目投资效益分析表（模式C）

项目总投资 (万元)	48561
项目 30 年平均收益 (万元)	3058
项目 30 年平均资本回报率	6.29%
项目 20 年平均收益 (万元)	110

项目 20 年平均资本回报率	0.23%
项目投资回收期 (年)	19.61 年

4.4 项目现金流分析

项目现金流如下图所示：(详细测算详见附件三)

表-33 项目现金流量表 (模式 C)

年份	公司各年总现金流量	年份	公司各年总现金流量
初始期 (资本金投入)	-10000	2022	-10147
		2023	5452
2008	6483	2024	5452
2009	16378	2025	-9548
2010	-25755	2026	7270
2011	-1867	2027	7270
2012	-516	2028	7270
2013	1336	2029	8360
2014	2637	2030	8360
2015	2637	2031	8360
2016	-2363	2032	9635
2017	3651	2033	9635
2018	3651	2034	9635
2019	-6349	2035	11130
2020	5353	2036	11130
2021	4853	2037	11130
30 年内部回报率		11.61%	
20 年内部回报率		3.07%	

5 三种投资模式比较分析

三种投资模式比较分析表如下：

表 34 三种开发模式财务评价

指标	模式 A	模式 B	模式 C
自有资本金 (亿元)	1	1	1
银行信贷资金 (亿元)	1.8	2.5	4.5

最高资产负债率	64%	71%	82%
投资回收期(年)	6.3	15.6	19.6

由以上表可以获知，虽然模式 B 与模式 C 的 30 年平均投资收益率比模式 A 更高，但是由于模式 A 在初期销售量比较大，即使需要补缴土地出让金的差价，但由于能够迅速回笼资金，所以投资回收期比其他两种模式要短很多。

模式 C 由于持有全部物业，不能像模式 B 一样在初期通过销售部分物业用于还贷，所以对银行信贷的要求要比模式 B 高，其资产负债率也明显高于其他两种模式。

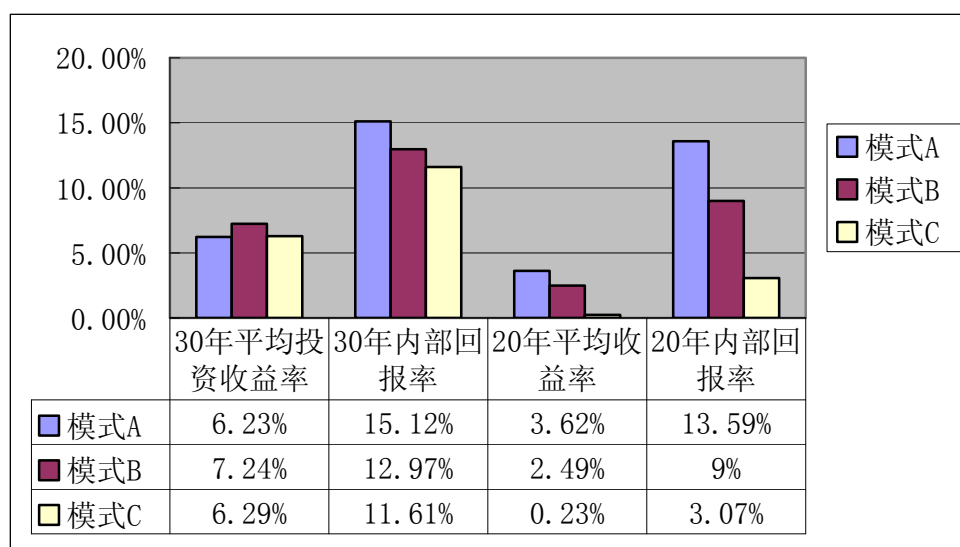


图-23 三种模式回报率分析

由上图可知，由于模式 B 与模式 C 相比模式 A 具有更高比例的租赁面积，所以在投资回收期过后将产生更多的现金流，所以模式 B 与模式 C 30 年期的财务评价结果比 20 年期的财务评价结果更为乐观。

由于模式 A 出售比例较高，前期资金回笼数额较大，周转比例较快，在考虑时间价值的基础上，内部回报率比模式 B 与模式 C 都要高。

通过综合对科技园运行规律与芜湖地产市场特征分析，以上三种模式财务分析的结果的原因如下：

- 科技园需要长期培育、经营与管理才能形成其良好的自我造血功能并形成资金的良性循环；尤其在运营初内需要强大的资金保障。
- 由于科技企业对租赁价格比较敏感，在前期需要房租方面对其补贴，所以降低了收益。
- 芜湖作为三线城市，物业租金回报相对于售价的比例明显低于一、二线城市，包括住宅、

办公楼与配套商业。

- 人才公寓与商业配套的租售将明显改善项目运转的财务状况，相比租赁，出售带来的效果更为明显。
- 在价格快速上涨的市场中，通过销售能迅速享受到土地价格上涨带来的好处，而持有物业则很难在短时间内分享这一收益。

芜湖城南板块作为未来的潜力板块，在今后 3 到 5 年内升值空间将相当可观，所以项目在 2010 年左右在政府许可范围内能最大限度出售物业是最佳的选择；如果选择长期持有，即使由于以上估算偏保守，预计虽然能够长效分享物业增值带来的收益，但由于科技园的内在属性决定了投资回报周期长，而且模式 B 与模式 C 资产负债率偏高，高于 65% 国家规定的警戒线，从规避地产市场系统性风险角度而言，模式 A 是更佳的选择。

6 基于前期免租条件下的财务评价

由于前面分析是基于科技园区通行运行状况进行考虑的，为了充分应对潜在的不确定性，假设园区办公部分前三年免除所有租金，后两年租金减半，并且政府不对租金减免进行补贴，在这种条件下，园区财务分析如下：

6.1 项目建设成本费用测算

同模式 C。

6.2 项目经营收入测算

◆ 测算前提

- 2014 年后出租率稳定在 90%；
- 2011 年至 2014 年包括动漫基地、IT 软件园、培训中心与研发中心在内的所有办公物业免收租金，2015 年与 2016 年租金减半征收；
- 除商业配套与展示中心外所有物业在 2016 年后租金每 3 年环比增长 10%，商业配套和展示中心每 3 年环比增长 20%；
- 2011 年在建设期贷款 4.5 亿的基础上继续贷款 5000 万元，2018 年归还贷款 1 亿元，

2021年归还贷款1亿；2024年归还贷款1.5亿；2027年还清剩余贷款1.5亿。

项目租赁收入如下图所示：（详细测算详见附件四）

表-35 项目租赁收入表（基于前期免租条件）

年份	经营净收入（万元）
2011年	-3747
2012年	-2890
2013年	-1779
2014年	-521
2015年	-521
2016-2018年	1575
2019-2021年	2997
2022-2024年	4735
2025-2027年	7020
2028-2030年	9487
2031-2033年	10987
2034-2036年	12740
2037年	14790

6.3 项目投资效益分析

项目投资效益分析如下：

表-36 项目投资效益分析（基于前期免租条件）

项目总投资（万元）	48561
项目30年平均收益（万元）	2512
项目30年平均资本回报率	5.17%
项目投资回收期（年）	21.2年
最高资产负债率	83.4%

6.4 项目现金流分析

项目现金流如下：

表-37 项目现金流量表（基于前期免租条件）

年份	公司各年总现金流量	年份	公司各年总现金流量
初始期（资本	-10000	2022	5246

金投入)		2023	5246
2008	6483	2024	-9754
2009	16378	2025	7531
2010	-25755	2026	7531
2011	2264	2027	-7469
2012	-1879	2028	7626
2013	-768	2029	7626
2014	490	2030	7626
2015	490	2031	8751
2016	2586	2032	8751
2017	2586	2033	8751
2018	-7414	2034	10066
2019	4008	2035	10066
2020	4008	2036	10066
2021	-6492	2037	11604
30年内部回报率		10.74%	

6.5 结论

在运营期办公物业前三年免租，后两年租金减半的条件下，运营期前5年现金流压力很大，在第6年恢复正常租金体系后，现金流情况得以迅速改善。

7 800亩意向地块的财务分析

鉴于目前该地块仅仅是有意向拿地，掌握信息有限，所以财务估算也比较粗略。

该地块位于本项目西北面，紧靠安徽师范大学，总面积789亩，其中住宅442亩；商务办公160亩；商业服务187亩。

项目预计在2010年全面启动，5年内开发建设完成。

投资开发强度如下：

表-38 800亩意向地块投资开发强度

指标	地价	建设成本	其他费用汇总	总计(万)	备注
数量	787亩	1049858平方米	建设成本10%	217281	综合容积率2.0
单价	100万/亩	1200元/平方			

		米			
总计(万)	78700	125983	12598		
2010年				21728	完成总开发投资的10%
2011年				43456	完成总开发投资的20%
2012年				65184	完成总开发投资的30%
2013年				65184	完成总开发投资的30%
2014年				21728	完成总开发投资的10%

根据地块周边区域楼盘情况，销售预测如下：

表-39 800亩意向地块销售总量预测

物业类型	占地面积	建筑面积(平方米)	销售单价预测(元/平方米)	总价(万元)	备注
住宅	442亩	589628	5000	294814	
商务办公	160亩	213440	5000	106720	办公价格与住宅一致
商业服务	187亩	249458	8000	199566	折合各种不同商业类型、位置与楼层平均值
总价				601100	

意向地块项目从2010年开始预售，到2015年完成所有销售。每年销售收入如下：

表-40 800亩意向地块分年度销售预测

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
销售额(万元)	60110	90165	150275	150275	90165	60110
销售费用汇总(销售金额10%)(万元)	6011	9017	15028	15028	9017	6011
销售收入(万元)	54099	81149	135248	135248	81149	54099
财务费用	10000	10000	10000	10000	10000	10000
净收入	44099	71149	125248	125248	71149	44099
备注	完成总开销售的10%	完成总开销售的15%	完成总开销售的25%	完成总开销售的25%	完成总开销售的15%	完成总开销售的10%

800亩意向地块项目投资效益如下：

表-41 800亩意向地块投资效益分析

指标	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
收入	44099	71149	125248	125248	71149	44099
支出	65184	43456	43456	43456	21728	0
净收益	-21085	27692	81791	81791	49420	44099
所得税 (25%)	0	6923	20448	20448	12355	11025
税后净收益	-21085	20769	61344	61344	37065	33074
六年总收益	192511					
六年平均收益	32085					
项目总投资	217281					
项目总投资回报率	88.6%					
项目6年平均投资回报率	14.8%					
投资回收期	2.81年					

800亩意向地块项目现金流分析如下：

表-42 800亩意向地块现金流分析

年份	现金流	内部回报率
初始期 (资本金)	-50000	36.8%
2010年	-21085	
2011年	20769	
2012年	61344	
2013年	61344	
2014年	37065	
2015年	33074	

8 园区项目与 800 亩意向地块项目合并财务分析

有园区开发运营属于长线投资，而意向地块项目开发建设属于短线投资，两个项目如果捆绑开发，在财务存在互补性，短线投资项目为长线投资项目在短期内提供现金回流、缓解长线投资项目占用资金的压力；长线投资项目在较长的阶段内提供稳定的持续增长的现金流，可以平衡长期的财务报表。

由于模式 A 可以通过前期大体量销售，尤其是人才公寓与商业配套的销售在很大程度上可以实现现金回笼，而且模式 A 投资回报期与内部回报率也比较合理，不需要与 800 亩意

向地块合并财务分析。

在模式 B 中，合并财务分析后得出的效益与现金流结果如下：

表-43 项目与 800 亩意向地块捆绑开发投资效益分析（模式 B）

年份	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
园区税前净收益	-8376	-4968	-17424	-1569	96	1156	2266	2266
800 亩意向项目税前净收益	0	0	-21085	27692	81791	81791	49420	44099
税前总收益	-8376	-4968	-38509	26123	81887	82947	51686	46365
所得税	0	0	0	0	0	20737	12921	11591
税后总收益	-8376	-4968	-38509	26123	81887	62210	38764	34774
8 年总收益	191904							
8 年平均收益	23988							
项目总投资	264042							
8 年总投资回报率	72.7%							
8 年平均投资回报率	9.08%							
投资回收期	4.31 年							

表-44 项目与 800 亩意向地块捆绑开发现金流分析（模式 B）

年份	现金流	内部回报率
初始期	-10000	23.75%
2008	-8376	
2009	-4968	
2010	-88509	
2011	26123	
2012	81887	
2013	62210	
2014	38764	
2015	34774	

在模式 C 中，合并财务分析后得出的效益与现金流结果如下：

表-45 项目与 800 亩意向地块捆绑开发投资效益分析（模式 C）

年份	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
园区税前净收益	-8517	-13622	-25755	-2878	-1527	325	1626	1626
800亩意向项目税前净收益	0	0	-21085	27692	81791	81791	49420	44099
税前总收益	-8517	-13622	-46840	24814	80264	82116	51046	45725
所得税		0	0	0	0	20529	12762	11431
税后总收益	-8517	-13622	-46840	24814	80264	61587	38285	34294
8年总收益	170264							
8年平均收益	21283							
项目总投资	265842							
8年项目总投资回报率	64.05%							
8年平均回报率	8%							
投资回收期	4.55年							

表-46 项目与800亩意向地块捆绑开发现金流分析（模式C）

年份	现金流	内部回报率
初始期	-10000	18.34%
2008	-8517	
2009	-13622	
2010	-76840	
2011	24814	
2012	80264	
2013	61587	
2014	38285	
2015	34294	

第十一章 项目股权转让方案分析

1 方案一：股权收购方案

收购项目公司芜湖——60%股权，原股东转让 60%股权给新黄浦，退出股东收回投资并获得投资溢价。

新黄浦对项目公司芜湖——前期投入的资金与发生的债务进行财务审计，并对项目公司目前拥有的资产进行评估。在项目公司净资产的基础上，根据新黄浦与原股东协商而成的资产溢价进行产权转让。

2 方案二：增资扩股方案

项目公司芜湖——增资扩股（扩 150%），新黄浦作为新投资方进入，控股 60%。

新黄浦对项目公司芜湖——前期投入资金与发生的债务进行财务审计后，项目公司进行增资扩股，注册资本从——万元增加到——万元，新黄浦注入注册资金——万元，持项目公司 60%股权；以审计结果为依据，新黄浦在按照股权比例对项目公司进行投资后达到原股东前期投入的资金比例后，各股东按比例出资对项目进行追加投资，项目公司进入正常运转。

3 两种方案比较分析

由于项目公司芜湖——是自然人持股的企业，在本项目资产转让中以获取投资溢价并退出为首要目标，方案二涉及增资扩股，没有有效的退出机制，不符合项目投资人的意愿，所以建议方案一作为股权转让的首选方案。

对于新黄浦而言，方案一涉及到资产评估和产权转让，操作周期更长，需要有全面的尽职调查、谈判与实施的计划来保障收购工作的正常展开。

第十二章 结论与建议

1 项目战略前景

新黄浦通过与实力投资商****的战略合作，在中部地区最具有发展潜力的城市之一芜湖进行项目落位，并通过输出上海科技京城资产管理、品牌塑造与产业创新联动的经验，在芜湖当地形成具有高度品牌认知度的发展运营商，为新黄浦在当地开发住宅、商业等其他类型的物业进行铺垫；同时通过芜湖市场为战略支点，在中部崛起的机遇下，快速拓展安徽及其他中部省份的市场，最终完成区域战略布局。

2 项目可行性综合评价

2.1 市场可行性

- 芜湖处于中部崛起战略与长三角西进战略的交汇点，在当地相对发育比较成熟的制造业的驱动下，携区域发展的战略态势，推动当地第三产业向广度与纵深发展。
- 芜湖房地产市场，尤其是办公楼市场，近两年进入快速增长期，预期未来几年将保持良好的增长态势。
- 项目作为芜湖高新技术区中仅有的国家级专业科技园区，对相关产业的聚集与吸引将提升项目的市场认知度与价值。

2.2 财务可行性

- 基于比较保守的测算基础，项目具备财务可行性。
- 新黄浦通过输出上海科技京城的增值服务体系，将可能为项目创造更多的盈利机会，提升财务价值。

2.3 实施可行性

- 新黄浦具有经营管理科技型写字楼的技术、标准、体系和人才，能够为铸造****动漫科技园精品项目提供有力的资源支持。

- 投资商****科技在芜湖具有很强的资源运作与整合能力, 并且具备在杭州开发建设科技园区的经验, 将为项目提供有力的支持。
- 通过实力专业机构(如中国开发区协会、上海圣博华康城市规划咨询有限公司)的提前介入, 将会项目推广与招商提供全面保障。
- 芜湖地方政府对发展动漫产业的政策保障, 同时对本项目建设在审批、招商、宣传导向等各方面的全面支持。

综上对项目市场、财务、实施层面的全面分析, 认为本项目投资建设是具备可行性的。

3 实施建议

- 建议新黄浦在本报告得到领导层初步认可的基础上, 应尽快与投资商****就股权转让事宜进行深入会谈, 以进一步明确出让方式、架构搭建、人员配置和管理运作等相关事宜。
- 建议新黄浦集团与投资商****科技全面配合, 与政府及其相关部门沟通, 争取在项目定位、立项、开发、建设、招商、运营等方面得到政府及相关部门的认可、指导和支援。
- 建议新黄浦与投资商****科技在未来工业办公物业销售与租赁方面与政府主管部门进行协商, 争取最大的优惠条件。
- 建议新黄浦与投资商****科技进行谈判, 促使政府在开发与运营环境上给予必要的政策支持, 制定对动漫产业等其他现代服务业发展具有可操作性、可实施的扶持政策。

附件一：基于开发模式A下的财务测算

成本测算

成本类型	面积 (平方米)	单位造价 (元/平方米)	总价 (万)	2008年
土地出让	133400	180	2400	2400
前期工程费	133400	150	1334	1334
基础设施建设费	133400	200	2001	2001
建筑工程			29200	29200
其中：动漫基地办公建筑	60000	1200	7200	7200
展示中心建筑	20000	1000	2000	2000
培训教育中心建筑	20000	1000	2000	2000
IT软件园办公建筑	60000	1200	7200	7200
科技服务中心	15000	1200	1800	1800
研发中心	15000	1200	1800	1800
人才公寓	40000	1000	4000	4000
商业配套	40000	800	3200	3200
科技服务中心设备购置费			5000	5000
总计			39935	39935

费用测算

费用类型	总价 (万)	2008年 (万)	2009年 (万)
开发期管理费用	1745	387	568
工程不可预见费	1745	387	568
财务费用	2700	0	1350
小计	6190	774	2486

总成本费用测算

成本费用类型	总价 (万)	2008年 (万)	2009年 (万)
成本小计	39935	7742	11361
费用小计	6190	774	2486
总计	46125	8517	13847

销售收入测算

投资指标	面积 (平方米)	单价 (元/平方米)	总价 (万元)	2008年
------	----------	------------	---------	-------

动漫基地办公建筑	30000	3200	9600	
展示中心建筑	20000	5500	11000	
IT软件园办公建筑	30000	3200	9600	
研发中心	15000	3200	4800	
人才公寓	20000	5500	11000	
商业配套	20000	12000	24000	
销售收入小计			70000	
减：销售及宣传推广费用			3500	
销售税金及附加			3990	
土地出让金差额			3339	
销售净收入			59171	

租赁收入测算

	租赁面积 (平方米)	2011	2012	2013-2015	2016-2018	2019-2021	2022-2024	2025-2027	2028
动漫基地办公建筑	30000	173	346	518	570	627	690	759	826
培训教育中心	20000	115	230	346	380	418	460	506	548
IT软件园办公建筑	30000	173	346	518	570	627	690	759	826
人才公寓	20000	144	288	432	475	523	575	632	690
商业配套	20000	396	792	1188	1426	1711	2053	2463	2974
科技服务中心公共服务收入	15000	50	100	200	200	200	200	200	200
减：持有型物业房产税		120	240	360	411	469	536	614	700
招商推广支出		200	100	100	100	100	100	100	100
管理支出		324	324	324	324	324	324	324	324
租赁营业税支出		50	100	150	171	195	223	256	294
财务费用支出		0	0	0	0	0	0	0	0
经营净收入(万元)		357	1337	2268	2616	3018	3484	4026	4626

投资效益分析

财务指标	2008	2009	2010	2011	2012	2013-2015	2016-2018	2019-2021	2022-2024	2025-2027	2028
销售净收入		17751	41420		0						

经营净收入				357	1337	2268	2616	3018	3484	
总收入 (万元)			41420	357	1337	2268	2616	3018	3484	
总支出 (万元)	8517	13847	23730							
税前收益	-8517	-13847	17690	357	1337	2268	2616	3018	3484	
减：所得税 (25%) (万元)	0	0	0	0	0	0	654	755	871	
税后收益 (万元)	-8517	-13847	17690	357	1337	2268	1962	2264	2613	
项目总投资 (万元)	46125									
项目 30 年平均收益 (万元)	2878									
项目 30 年投资回报率	6.23%									
项目 20 年平均收益 (万元)	1670									
项目 20 年平均资本回报率	3.62%									
项目投资回收期 (年)	6.3 年									

现金流分析

年份	初始期	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
加：银行贷款		18000									
项目税后收益		-8517	-13847	17690	357	1337	2268	2268	2268	1962	1962
加：物业资产折旧					511	511	511	511	511	511	511
加：科技中心设备折旧					500	500	500	500	500	500	500
减：归还银行贷款				18000							
减：资本金投入	10000										
公司各年总现金流量	-10000	9483	-13847	-310	1368	2348	3279	3279	3279	2973	2973
30 年期内部回报率	15.12%										
20 年期内部回报率	13.59%										

年份	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
加：银行贷款									
项目税后收益	2613	3019	3019	3019	3491	3491	3491	4041	4041
加：物业资产折旧	511	511	511	511	511	511	511	511	511
加：科技中心设备折旧									
减：归还银行贷款									
减：资本金投入									
公司各年总现金流量	3124	3530	3530	3530	4002	4002	4002	4552	4552
30 年期内部回报率	15.12%								
20 年期内部回报率	13.59%								

附件二：基于开发模式B下的财务分析

成本测算

参见附件一。

费用测算

费用类型	总价 (万)	2008年 (万)	2009年 (万)
开发期管理费用	2063	387	568
工程不可预见费	2063	387	568
财务费用	2700	0	1125
小计	6826	774	2486

总成本费用测算

成本费用类型	总价 (万)	2008年 (万)	2009年 (万)
成本小计	39935	7602	10828
费用小计	6826	774	2486
总计	46761	8376	13314

销售收入测算

	面积 (平方米)	单价 (元/平方米)	总价	
动漫基地办公建筑	30000	3200	9600	
IT软件园办公建筑	30000	3200	9600	
销售收入小计			19200	
减：销售及宣传推广费用			960	
销售税金及附加			1094	
土地出让金差额			453	
销售净收入 (万元)			16693	

租赁收入测算

财务指标	租赁面积 (平方米)	2011	2012	2013	2014-2016	2017-2019	2020-2022	2022-2024
动漫基地办公建筑	30000	115	288	403	518	570	627	690
培训教育中心	20000	77	192	269	346	380	418	460
IT软件园办公建筑	30000	115	288	403	518	570	627	690
研发中心	15000	58	144	202	259	285	314	345
展示中心	20000	132	330	462	594	713	855	1026

人才公寓	40000	192	480	672	864	950	1045	1150
商业配套	40000	528	1320	1848	2376	2851	3421	4106
科技服务中心公共服务收入		0	50	100	200	200	200	200
持有型物业房产税		146	365	511	657	758	877	1016
招商推广支出		200	100	100	100	100	100	100
管理支出		504	504	504	504	504	504	504
租赁营业税支出		61	152	213	274	316	365	423
财务支出		1875	1875	1875	1875	1500	750	0
经营净收入(万元)		-1569	96	1156	2266	3342	4912	6624

投资效益分析

财务指标	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014-2016	2017-2019	2020-2022	2023-2025
销售净收入		8346	8346							
经营净收入				-1569	96	1156	2266	3342	4912	6624
总收入(万元)	0	8346	8346	-1569	96	1156	2266	3342	4912	6624
总支出(万元)	8376	13314	25770							
税前收益	-8376	-4968	-17424	-1569	96	1156	2266	3342	4912	6624
减：所得税(25%) (万元)				0	0	0	0	0	1228	1656
税后收益(万元)	-8376	-4968	-17424	-1569	96	1156	2266	3342	3684	4968
项目总投资(万元)	46761									
项目30年平均收益(万元)	3386									
项目30年平均投资回报率	7.24%									
项目30年平均收益(万元)	1166									
项目30年平均投资回报率	2.49%									

项目投资回收期(年)	15.6年
------------	-------

现金流分析

	初始期	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
加：银行贷款		15000	10000							
项目税后收益		-8376	-4968	-17424	-1569	96	1156	2266	2266	2266
加：物业资产折旧					511	511	511	511	511	511
加：科技中心设备折旧					500	500	500	500	500	500
减：归还银行贷款				0	0					5000
减：资本金投入	10000									
公司各年总现金流量	-10000	6624	5032	-17424	-558	1107	2167	3277	3277	-17424
30年期内部回报率	12.97%									
20年期内部回报率	9.00%									

年份	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
加：银行贷款											
项目税后收益	3684	4968	4968	4968	5814	5814	5814	6809	6809	6809	7981
加：物业资产折旧	511	511	511	511	511	511	511	511	511	511	511
加：科技中心设备折旧	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
减：归还银行贷款	10000										
减：资本金投入											
公司各年总现金流量	-5805	5479	5479	5479	6325	6325	6325	7320	7320	7320	8492
30年期内部回报率	12.97%										
20年期内部回报率	9.00%										

附件三：基于开发模式C下的财务分析

成本测算

参见附件一

费用测算

费用类型	总价	2008年	2009年
开发期管理费用	2063	387	568
工程不可预见费	2063	387	568
财务费用	4500	0	1125
小计 (万元)	8626	774	2261

总成本费用测算

成本费用类型	总价	2008年	2009年
成本小计	39935	7742.4	11360.0
费用小计	8626	774	2261
总计 (万元)	48561	8517	13622

租赁收入测算

	租赁面积 (平方米)	2011	2012	2013	2014-2016	2017-2019	2020-2022	2022-2024
动漫基地办公建筑	60000	230	461	806	1037	1140	1255	138
培训教育中心	20000	77	154	269	346	380	418	460
IT软件园办公建筑	60000	230	461	806	1037	1140	1255	138
研发中心	15000	58	115	202	259	285	314	345
展示中心	20000	132	264	462	594	713	855	102
人才公寓	40000	192	384	672	864	950	1045	115
商业配套	40000	528	1056	1848	2376	2851	3421	410
科技服务中心公共服务收入		0	50	100	200	200	200	200
持有型物业房产税		174	347	608	781	895	1028	118
招商推广支出		200	100	100	100	100	100	100
管理支出		504	504	504	504	504	504	504
租赁营业税支出		72	145	253	326	373	428	492
财务支出		3375	3375	3375	3375	3148	2361	118
经营净收入 (万元)		-2878	-1527	325	1626	2640	4342	658

投资效益分析

款											
项目税后收益	4342	4941	4941	4941	6759	6759	6759	7849	7849	7849	9124
加：物业资产折旧	511	511	511	511	511	511	511	511	511	511	511
加：科技中心设备折旧	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
减：归还银行贷款	15000			15000							
减：资本金投入											
公司各年总现金流量	-10147	5452	5452	-9548	7270	7270	7270	8360	8360	8360	9635
30 年期内部回报率	11.61%										
20 年期内部回报率	3.07%										

附件四：基于前期免租条件下的财务分析

总成本费用测算

参见附件三。

租赁收入测算

	租赁面积 (平方米)	2011	2012	2013	2014	2015	2016-2018	2019-2021	2022-2024	2025-
动漫基地办公建筑	60000	0	0	0	540	540	1188	1307	1437	15
培训教育中心	20000	0	0	0	180	180	396	436	479	52
IT软件园办公建筑	60000	0	0	0	540	540	1188	1307	1437	15
研发中心	15000	0	0	0	135	135	297	327	359	39
展示中心	20000	132	264	462	462	462	594	713	855	10
人才公寓	40000	192	384	672	672	672	864	950	1045	11
商业配套	40000	528	1056	1848	1848	1848	2376	2851	3421	41
科技服务中心 公共服务收入		0	50	100	200	200	200	200	200	20
持有型物业房 产税		102	204	358	525	525	828	947	1084	12
招商推广支出		200	100	100	100	100	100	100	100	10
管理支出		504	504	504	504	504	504	504	504	50
租赁营业税支 出		43	85	149	219	219	345	395	452	51
财务支出		3750	3750	3750	3750	3750	3750	3148	2361	11
经营净收入		-3747	-2890	-1779	-521	-521	1575	2997	4735	70

投资效益分析

财务指标	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016-2018	2019-2021	2022-2024
销售净收入											
经营净收入				-3747	-2890	-1779	-521	-521	1575	2997	4735
总收入 (万元)	0	0	0	-3747	-2890	-1779	-521	-521	1575	2997	4735

总支出 (万元)	8517	13622	25755								
税前收益	-8517	-13622	-25755	-3747	-2890	-1779	-521	-521	1575	2997	4735
减：所得 税(25%) (万元)				0	0	0	0	0	0	0	0
税后收益 (万元)	-8517	-13622	-25755	-3747	-2890	-1779	-521	-521	1575	2997	4735
项目总投资 (万元)	48561										
项目30 年平均收 益(万元)	2512										
项目30 年平均资 本回报率	5.17%										
项目投资 回收期 (年)	21.2年										

现金流分析

	初始期	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
加：银行贷款		15000	30000		5000					
项目税后收益		-8517	-13622	-25755	-3747	-2890	-1779	-521	-521	1575
加：物业资产折旧					511	511	511	511	511	511
加：科技中心设备折旧					500	500	500	500	500	500
减：归还银行贷款				0						
减：资本金投入	10000									
公司各年总现金流量	-10000	6483	16378	-25755	2264	-1879	-768	490	490	2512
30年期内部回报率	10.39%									

年份	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
加：银行贷 款											
项目税后 收益	4735	4735	4735	7020	7020	7020	7115	7115	7115	8240	8240
加：物业资 产折旧	511	511	511	511	511	511	511	511	511	511	511
加：科技中 心设备折 旧	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
减：归还银			15000			15000					

行贷款											
减：资本金投入											
公司各年总现金流量	5246	5246	-9754	7531	7531	-7469	7626	7626	7626	8751	8751