

“冻干”食品种植、加工生产基地建设项目 商业计划书

项目单位：	
法人代表：	
联系地址：	
移动电话：	
编制人：	QQ 304508488

保 密 须 知

本商业计划书属商业机密，所有权属于某某公司其所涉及的内容和资料只限于已签署投资意向的投资者使用。收到本书后，收件人应即刻确认，并遵守以下的规定：

1. 若收件人不希望涉足本计划书所述项目，请按上述地址，尽快将本计划书完整退回；
2. 在没有取得某某公司的书面同意前，收件人不得将商业计划书全部或部分内容予以复制、传递给他人、影印、泄露或散布给他人；
3. 应该像对待贵公司的机密资料一样的态度对待本商业计划书所提供的所有机密资料。

编制日期：2011年3月

目录

第一章 摘要.....	4
一、项目名称.....	4
二、项目单位.....	4
三、融资简介.....	4
四、项目背景.....	4
第二章 公司概况.....	6
一、公司简介.....	6
二、公司宗旨.....	6
三、公司使命.....	7
四、企业文化.....	8
第三章 产品服务.....	9
一、产品介绍.....	9
二、项目建设必要性.....	10
三、产品特点.....	12
四、生产工艺.....	13
五、设备选择.....	18
六、项目竞争战略分析.....	20
第四章 投资环境.....	25
第五章 企业管理.....	29
一、组织结构.....	29
二、公司管理理念.....	30
三、公司管理.....	32
四、公司管理机制.....	34
第六章 行业市场.....	38
一、市场现状.....	38
二、市场分析.....	40
三、市场展望.....	40
四、竞争分析.....	43
第七章 市场营销.....	44
一、营销策略.....	44
二、定价策略.....	45
三、营销理念.....	45
四、营销管理.....	46
五、广告策略.....	47
第八章 财务概况.....	49
一、财务管理.....	49
二、财务评估依据.....	52
三、资金筹措.....	52
四、资金的使用.....	52
五、财务分析.....	53
六、盈利能力分析.....	55
七、财务生存能力分析.....	56

八、偿债能力分析.....	56
九、财务指标.....	56
十、分析结论.....	60
第九章 风险分析.....	61
一、管理风险.....	61
二、财务风险.....	61
三、投资风险.....	62
四、外汇风险.....	63
五、市场风险.....	65
六、其它不可抗拒的风险.....	66
第十章 投资的退出.....	67
一、资金退出.....	67
第十一章 结论.....	70

第一章 摘要

一、项目名称

“冻干”食品种植、加工生产基地建设项目

二、项目单位

某某公司

三、融资简介

总投资	6800 万元人民币
融 资	5800 万元人民币
自 筹	1000 万元人民币
合作期	5 年
年利率	7.5% (以双方约定为准)

四、项目背景

我国是世界上荒漠化危害最严重的国家之一，全国荒漠化面积 168.9 万平方公里，占国土面积的 17.6%。鄂尔多斯市属我国沙漠化最严重的地区之一，为遏制生态恶化，发展绿色生态型种植业，实现国家西部大开发和“退耕还林还草”生态保护工程的战略目标，发展绿色蔬菜种植、加工产业，某某公司经过几年攻关，反复实验，开发出以蔬菜为原料加工真空冻干蔬菜的绿色产业项目。该项目是内蒙古

是集蔬菜种植、蔬菜加工、真空冻干蔬菜、肉类生产流通的产业一体化综合项目,可获得生态的良性循环和企业与当地农民经济的可持续发展,具有开发的超前性和生态治理及可持续发展的里程碑意义。

当前世界食品工业的发展有三大趋势:随着全球生态环境日益恶化,无污染的绿色食品越来越受到人们的欢迎,因而生产绿色食品成了食品工业发展的主要趋势;随着人们的生活节奏日益加快,人们对饮食用餐越来越要求快捷,因而生产方便食品成了食品工业发展的另一趋势;随着人们的高血脂、高血压、糖尿病、心脑血管疾病的发病率不断上升,人们对改变不合理的饮食结构的愿望越来越强,因而生产低热量、低脂肪的保健食品成了食品工业发展的又一重要趋势。冻干技术能很好地吻合“绿色食品”、“方便食品”、“保健食品”的三大发展趋势。我们应该积极适应消费者这一巨大市场需求,积极发展冻干食品工业。

真空冷冻干燥食品是采用国际上先进的食品加工技术,将新鲜蔬菜、水果、土特产等食品速冻干燥而制成的干制品,具有保持原有食品色、香、味、营养成分和形状不变等优点,复水性好、保存期长,广泛应用于航天、军用及野外作业等方面,被国家列为今后重点发展的六大食品加工业。

第二章 公司概况

一、公司简介

某某责任公司是一家私营所有制企业，2009年11月份经工商部门注册。伴随着我国加入WTO，机遇与挑战并存。某某某某有限责任公司紧紧抓住千载难逢的机遇，在巩固和营建国内销售网络的同时不断的拓宽国际市场，积极的参与国际市场竞争，在国际市场一展身姿。在中国新经济角逐刚刚拉开帷幕的2010年，某某有限责任公司表现出了卓越的发展，从提升管理水平、经营品牌、开发新产品等诸多方面都实现了既定的目标。

放眼未来，融入中国经济发展浪潮之中的某某有限责任公司，将锁定“做大做强”的目标，凭借雄厚的经济实力和先进的经营理念，追求立足国内，走向世界的目标，打造肉牛品牌，创造明日辉煌。

二、公司宗旨

公司自创业初就确立铁的宗旨，“以人为本”奠定项目人才文化基础，严格员工素质，提高团队超前性的开发精神与观念，注重对人才的培养与使用。公司的人力资源政策主要是不断创造出“事业留人，待遇留人，感情留人”的亲情化企业的氛围，让员工与项目同步成长，让员工在公司找到“成就感”、“家园感”。

以诚信建设为基础，在前进中求发展。构建和谐社会、必须以诚信建设为基础，只有诚信建设加强了，诚信共识形成了，和谐与项目

理念才能形成。

三、公司使命

在我们创建事业之际，企业面临着一个严峻的问题，就是应当如何去发展企业与管理企业。企业的生存与发展之路，必然要优化企业的文化核心。

公司自创业初始就确立了“以人为本”的战略思路，和共筑“诚信长城”的诚信理念，警示公司诚信为本、立人、立企。人无信不立、企无信不盛、企无信不兴，诚信是一种力量，一种无形的巨大财富，精神食粮，企业需要诚信，它代表品牌的竞争力，公司需要诚信，它代表着道德观念。

诚信是我们的信念、智慧、生生不息的企业精神。

目前，公司正处于项目建设的发展阶段，公司正在努力加强企业文化价值观，让“为企业做出奉献的团队、员工成为主体的价值观”，积极推行“从激励机制为核心”的职业经理人制度，员工薪酬效益化、上层建筑忠实化、基层队伍勇士化、独特管理科学化、人生观念事业化、企业文化务实化。公司企业文化的最优之处就是自我做起，实事求是，真心实干，求奉献为事业，树立从外到内、由内到外的全新形象工程。

寻求为创新去奋斗，企业的文化精神在公司大到发展战略，小到工作艺术都在不断进行创新。我们应当相信转变性与大胆性的决策是企业突破性发展的关键。这就是说：企业必须永无止境，永不间断地

进行创新，创新是唯一的生存与发展之路。我们首先要加快业务知识学习，不断去总结去探讨去创新，以国际、国内先进的企业文化为中心，侧重边学边干边创新，要善于在复杂事务中保持清醒头脑，每天努力做好自己的工作，每天都提高自己文化素质的修养。统一认识、统一目标、统一行动，要在前进中求发展。

四、企业文化

公司理念：以人为本，诚信务实，

果断决策，开拓进取；

经营理念：质量至上，开发创新，

互动多赢，共生共兴；

营销理念：以用户利益为根本，零距离服务于用户。

发展理念：创新务实超越自我，追求卓越；

以质量占领市场，以品种开拓市场

人才战略：以人为本，诚信务实，高效协作，人尽其用；

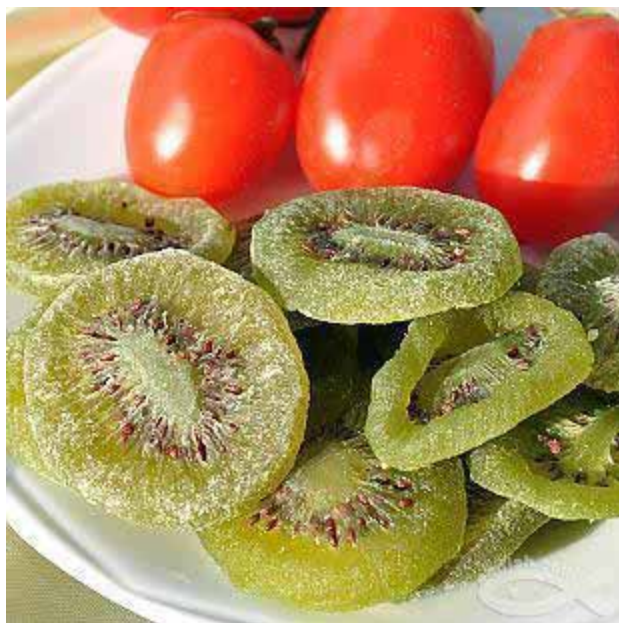
服务理念：客户的满意，我们的追求。

第三章 产品服务

一、产品介绍

冻干食品是真空冷冻干燥食品的简称，也称 FD 食品。由于冻干这一特殊处理过程，因而可以最大限度地保持了原新鲜食品的色香味及营养成分、外观形状等；此外冻干产品无须防腐剂就可在常温下保存 5 年以上，且成品重量轻，便于携带和运输，是加工旅游、休闲、方便食品绝好的方法。冻干食品，这一被誉为航天员食品的昔日贵族，如今悄然进入了人们的生活。

超市里，色彩纷呈的冻干绿色水果片、冻干方便速溶汤、冻干脱水海鲜、蔬菜等等，随处可见。可采用冻干技术加工的农产品品种理论上数百种之多，但由于



受各种因素的限制真正被市场所接受的品种却比较有限，而且绝大多数品种的市场均在国外。目前我国出口的大宗品种有：双孢蘑菇、绿芦笋、红甜椒、青甜椒、甜玉米、草莓、小香葱、胡萝卜、牛肉丁、虾仁等。

二、项目建设必要性

1、项目的实施是农村产业化调整的需要

鄂尔多斯市是农业大市，农业种植有着悠久的历史。全市农作物播种面积 1424.4 万亩，农作物产量 361.4 万吨。其中粮食作物种植



面积 1058.04 万亩，产量 350 万吨，粮食作物产量约占全区总产量的 1/4。随着粮食生产的连续丰收，农业结构不合理，尤其是种植业生产的结构性矛盾日益突出。部分农产品质量不优，效益不高的问题越来越严重。农产品出现了卖难和大量积压的情况，这不仅造成了社会浪费，增加了财政负担，也影响了农产品的竞争力和农民收入的提高。因此，农业结构，特别是种植业和加工业结构的调整，已成为发展鄂尔多斯市农业和农村经济的当务之急。为此，1996 年-2003 年鄂尔多斯市政府陆续发布了《关于全面实施农村经济产业化战略的决定》、《西部大开发工程实施规划纲要》及《2003-2005 年工业经济发展指

导意见》并明确做出了“全面实施农村经济产业化战略的决定”，提出把农副产品加工业作为重点发展行业，在农村大力发展种植业。发展蔬菜蔬菜等绿色加工产业，对农业的快速发展具有重要的推动作用。本项目的实施，对引导农民以市场为导向，调整农业产品和品种结构具有积极的意义。

2、项目的实施是提高农牧民收入的需要

受当地自然环境的影响，鄂尔多斯沙地的农牧民生活相对较贫困。某某公司向种植户免费提供蔬菜种籽和技术服务，为当地农牧民提供了一条致富渠道。按早、中、晚三个品种阶段收购，亩产蔬菜5000公斤，每公斤0.24元收购，农牧民每亩效益可达1200元，比种植常规蔬菜增收1/3。可带动近8千农民致富。种植蔬菜后，当地



葱栽培基地



白菜栽培基地 (海拔高度1600 m)



人工除草作业



在防晒棚中进行栽培 (青梗菜)

生态环境将获得极大的改善，良好的生态环境有利于经济的发展。有利于贫困地区的农牧民早日脱贫致富，项目的实施是提高农牧民收入的需要。

3、项目的实施是公司发展的需要

通过开发蔬菜资源，可以和内蒙古蔬菜加工产业链条配套衔接，促进蔬菜产业和加工业的发展，为公司提供“绿色、天然、无污染、高营养”的优质蔬菜资源，打响“某某”绿色蔬菜和“某某”绿色真空冻干蔬菜品牌，扩大企业出口创汇能力。可以使某某公司以此为契机，实现高起点，跨跃式的大发展，更好地推动鄂尔多斯市乃至内蒙古的经济发展和进步。

4、项目的实施有助于推动产业化进程的发展

实施“公司+基地+农户”的产业化组织模式。蔬菜加工企业作为产业化的龙头，负责蔬菜的精深加工和市场营销，对广大种植户开展产前、产中、产后的跟踪服务，签订长期订单；农户作为蔬菜生产者，在企业的指导下，搞好基地建设，生产出符合企业生产要求的原料。企业与农户间结成紧密的产销利益共同体，避免产销脱节，从而实现农产品的浓缩增值，加快农业产业化进程。企业发展使结构调整、产品升级和营销网络拓宽的步伐加快，使地方资源得到有效配置，促进地方经济的可持续发展。增加新的经济增长点，提高地方财政收入具有十分重要的意义。

三、产品特点

冻干食品是由食品通过冷冻干燥方法而得。干制的作用在于将食品中的水份减少，提高食品中可溶性物质的浓度，从而降低水分活度到足以控制微生物活动的程度，同时，食品本身所含酶的活性也受到

抑制，使产品能够长期保存。

冻干食品同用其他方式生产的脱水食品相比，具有许多不可比拟的优点，主要表现在：

- 1、营养成分基本不变；
- 2、形态基本不变；
- 3、色泽基本不变；
- 4、固态物的质量基本不损失；
- 5、复水性极佳、食用方便；
- 6、保存方便，保存期长；
- 7、冻干食品是真正的绿色食品。

以冻干果蔬为例，它选用的原料都是绿色无公害果蔬，在整个产品的制造过程中不需要添加任何添加剂，制成后保存时也不需要添加防腐剂，因此，该类食品是真正意义上的绿色食品。

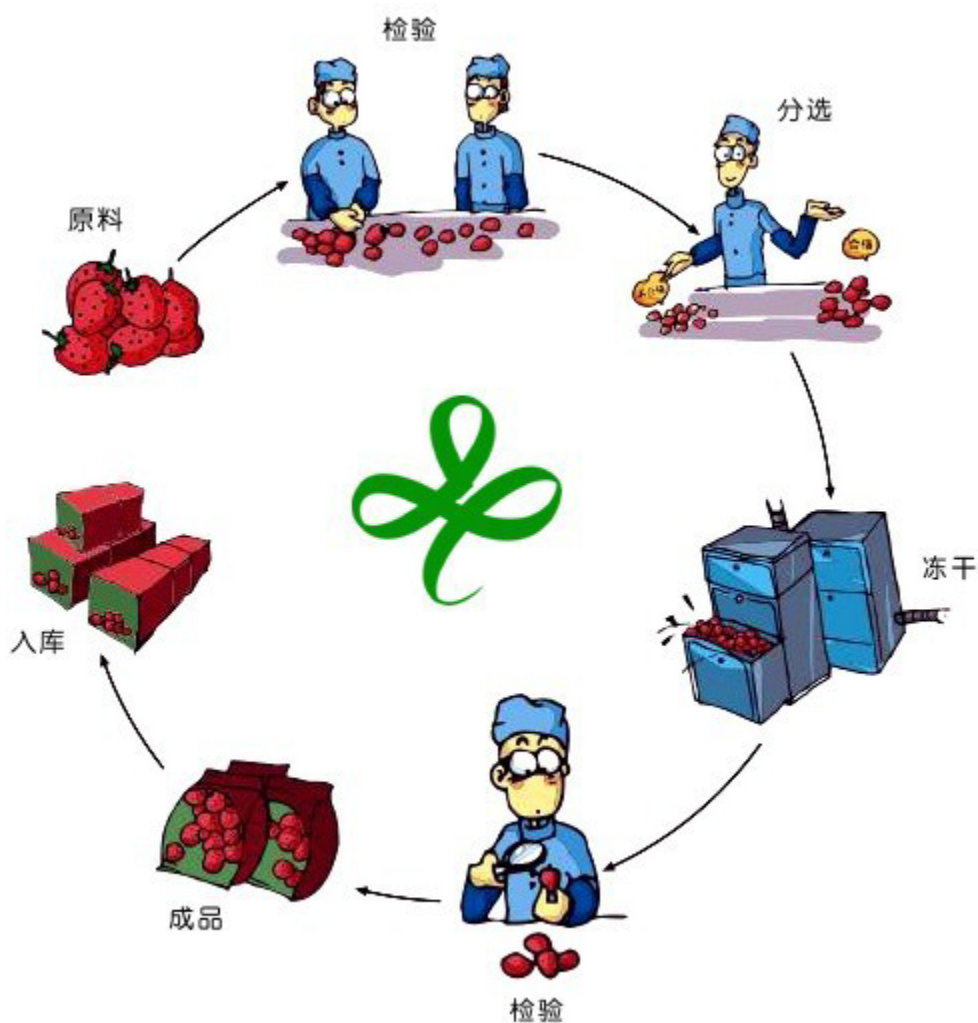
四、生产工艺

（1）冻干技术原理

冻干是从冻结的物料产品中去除水分的过程，它分为真空冷冻干燥和常压冷冻干燥二种，由于一些条件限制目前采用的是真空冷冻干燥。冻干目的是保留产品的完整的生物和化学结构及其活性。象其它许多的技术步骤，一种冻干的类型被称做升华，是自然发生的。升华指的是溶剂，比如水，象干冰一样，直接从固态变为气态的过程。传统的干燥会引起材料皱缩，破坏细胞。这种情况将不会发生在冻干里，

因为固体构成被在其位置上的坚冰支撑着。在冰升华时，它会留下孔隙在干燥的剩余物质里。

冻干过程分为冷冻、升华、解析干燥三个阶段，每一个阶段都有相应的要求，不同的物料其要求各不相同，各阶段工艺设计及控制手段的差异直接关系冻干产品的质量和冻干设备的性能。



1. 冷冻阶段

冷冻干燥首先要将原料进行冻结，使原料中的水变成冰，为下阶段的升华做好准备。冻结温度的高低及冻结速度是控制目的，温度要达到物料的冻结点以下，不同的物料其冻结点各不相同。冻结速度的

快慢直接关系到物料中冰晶颗粒的大小，冰晶颗粒的大小对固态物料的结构及升华速率有直接关联。一般情况下，要求 1-3 小时完成物料的冻结，进入升华阶段。

2. 升华阶段

升华干燥是冷冻干燥的主要过程，其目的是将物料中的冰全部汽化移走，整个过程中不允许冰出现溶化，否则便告冻干失败。升华的二个基本条件：一是保证冰不溶化；二是冰周围的水蒸汽必须低于 610 帕（正确的说法应是低于物料冻结点的饱和蒸汽压）。升华干燥一方面要不断移走水蒸汽，使水蒸汽压低于要求的饱和蒸汽压，另一方面为加快干燥速度，要连续不断地提供维持升华所需的热量，这便需要对水蒸汽压和供热温度进行最优化控制，以保证升华干燥能快速、低能耗完成。

3. 解析干燥

物料中所有的冰晶升华干燥后，物料内留下许多空穴，但物料的基质内还留有残余的未冻结水分（它们以结合水和玻璃态形式存在）。解析干燥就是要把残余的未冻结水分除去，最终得到干燥物料。

（2）冻干工艺

国外的冻干技术发展较早，如丹麦和日本。而我国在很长一段时间内由于厂家制造冻干机技术水平所限，真空冻干机是非标准设备，在尚处于发展初期。国内众多的食品冻干机（不管是进口还是国产）其品质参差不齐，冻干品产量质量及能耗各说己见，有些甚至把落后的工艺手段吹嘘成国际先进水平，其科学态度极不严肃。冻干机涉及

真空、制冷、热工、微机等技术领域，它是把速冻、制冷、真空、热工、自控等工艺过程有机结合的一个整体，采用的工艺过程不同、其各工艺过程结合的不同，都关系到冻干机的性能。但不管怎样，只要冻干质量好、产量高、设备能耗低（水电汽）、自动化程度高（操作简便：从物料放入按钮开机，速冻真空升华干燥一气呵成，提示冻干完成后关机出料）、设备可靠性高、维护成本低且方便，用户认可，就可以认为是好设备。

我公司采用国内市场上最先进的设备，该设备几年前便完成项目攻关，取得国家级专利，投入到产业化生产，并经过生产实践检验，性能稳定，且吸收了国外冻干工艺的先进技术，优于国内其他同类设备。

冻干过程：速冻（时间快慢对冻干品质量有影响，1至3小时完成）---抽真空至一定的工作点（时间5至40分钟）---升华干燥（按工艺曲线加热、保持真空度，此阶段最复杂，时间最长）---冻干结束（判断冻干结束点）---出料

1. 速冻

原料经过挑选、漂洗、整形、放盘等前几道工艺后，便可以进入冻干阶段。冻干的第一步必须对冻干物料进行速冻，把放了物料的料盘置于冻干机中进行速冻（有的冻干机不带速冻功能，要另配速冻机）。速冻工艺有几种，我方设备主要采用真空制冷法：利用抽真空使物料中水分蒸发带走热量，冷却物料达到制冷目的。不管采取何种方式，都应该保证物料在基本不变形的前提下在规定时间内冻结到一

定的温度。

2. 真空保持

为保证物料中的冰不溶化而直接汽化(升华),并不断移走汽体,保证升华正常进行,必须使箱内真空度低于某一温度下冰的饱和蒸汽压(610pa 以下)。真空度的保持所用的装置有:多级蒸汽喷射泵,罗茨泵+水环泵,冷阱+罗茨泵+水环泵,冷阱+罗茨泵+滑片泵,冷阱+滑片泵。

采用冷阱是为了捕捉水汽,降低真空泵的负荷,设计合理的冷阱基本不会导致真空泵失效,能耗也低,不过对制冷系统、冷阱的设计要求较严。

3. 加热方式

随着冰不断升华汽体的移走,也带走物料的热量,使物料温度(冰温)持续走低,从而引起冰的饱和蒸汽压降低,升华速度放慢。为保持一定的升华速率,就必须不断给物料补充热量。热量补充太少会降低升华速率,热量补充太快会引起冰的溶化,导致物料塌陷冻干失败。加热方式有以下几种:微波加热法;接触加热法;辐射加热法;接触、辐射混合加热法。

接触加热法,辐射加热法,和接触,辐射混合加热法三种方法都利用加热搁板进行,其加热介质有蒸汽油、424 介质,而油、424 介质既可当加热介质又可以做制冷媒体(速冻时)。

4. 自控系统

由于冻干过程较复杂,且工作状态范围较窄,稍有不慎便会造成

冻干品质下降，因此要求采用自控系统。冻干机自控系统设计要求操作简便，从物料放入按钮开机，速冻真空升华干燥一气呵成，提示冻干完成后关机出料。有关的温度、压力控制点要精心选择、合理控制，速冻、真空保持、加热的关联应控制恰当，针对不同的物料设置工艺曲线。

五、设备选择

(1) 设备选择原则



生产设备须与所生产食品相适应，并按工艺流程合理布局，便于操作，拆卸清洗，消毒及灭菌。

设备及管道的材质应与物料不起化学反应，凡食品直接接触的设备表面均需光洁、平整、易清洗、耐腐蚀、不吸附，不污染所加工的物料。

设备的转动及管道系统要密封良好，防止润滑油、冷却剂等对

食品的污染。

用于生产和检验的仪器、衡器、量具等应经计量检定，并作定期检查，凡精度不能保证产品质量的仪表、仪器、量具不得用于生产和检验。

(2) 主要设备选型

项目生产所需关键设备由日本引进，其余配套设备由国内或其他国家选购。主要设备详见设备一览表。

主要设备一览表

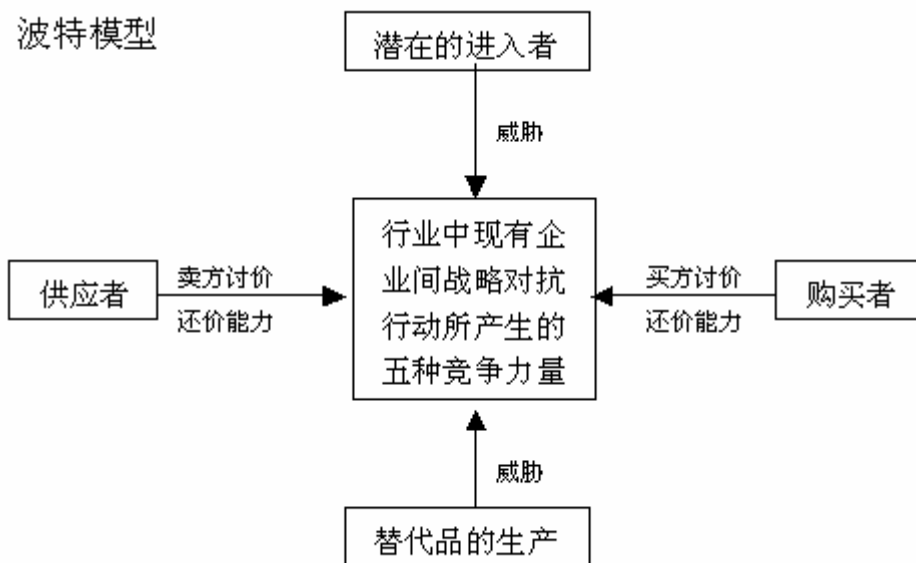
序号	名称	规格型号	单位	数量	备注
1	FD 干燥仓	直径 2300 × 128500	台		英国
2	捕水器罐	直径 2300 × 6300	台		英国
3	加热板	5750 × 57 × 522	件		日本
4	油回转真空泵	P450	台		日本
5	机械外压真空泵	Pd2500	台		日本
6	干燥式真空泵	Ft4-450	台		日本
7	真空自动切换阀	Laac03r1/2	套		日本
8	冷冻机组	S8-17-132d	台		美国
9	冷冻机组	Sf8zf8-12.5	台		美国
10	中阀冷却器	Zzq-1000	台		美国
11	立式冷凝器	LNA200	台		美国
12	贮氟器	WCA-3300	台		美国
13	冷媒循环泵	IH95-90-160	台		日本
14	冷媒输送泵	80FS4K515	台		日本
15	冷媒回收泵	50PD51.5	台		日本
16	融冰泵	80FS2E57.5	台		日本
17	板式换热器		台		日本
18	热媒循环泵	80PS4K511	台		日本
19	热媒调控阀	SKD62、PS-12	套		日本
20	FD 操作盘	REX-P250FSR	台		日本
21	电控制箱	CH12-22	台		日本
22	电磁阀	AB41-04-8-V	套		日本
23	记录仪		台		日本
24	预冻库	15000 × 4800	套		丹麦
25	运料系统		套		英国

26	联结、切换器		套		日本
27	去湿器		台		丹麦
28	蔬菜前后处理机	SSZ-187	台		德国
29	多功能切菜机	HAS-10	台		日本
30	平动筛选机	SUS304	台		德国
31	金属探测器		台		日本
32	阻极化料库	GH16-4	套		日本

六、项目竞争战略分析

（一）项目之波特分析

在逐步完善的市场经济条件下，项目经营者面临着一系列的外部威胁和机会：新进入者的威胁、供应商的要价能力、现有竞争者之间的对抗、消费者还价能力、替代产品或服务威胁。企业只有加强自身能力才能对付新的进入者、供应商、现有竞争者、消费者、替代产品或服务带来的诸多问题，并改变企业与其他竞争者之间的竞争对比力量。对于竞争环境日益激烈的项目来说，尽快确定并选择适宜的竞争战略乃是迫切需要解决的重大问题。这五种基本力量的状况以及综合强度，决定着行业竞争的激烈程度，从而决定着行业中获利的最终潜力。见下图波特模型。



波特基本竞争战略是理论界和企业界所熟知的竞争战略，是由著名战略管理学教授提出的，赢得竞争优势有三种最一般的竞争战略，又称“通用战略”，即成本领先战略、差异化战略、集中（专一）战略。企业必须从这三种战略中选择一种，作为其主导战略。要么把成本控制到比竞争者更低的程度；要么在企业产品和服务中形成与众不同的特色，让顾客感觉到公司提供了比其他竞争者更多的价值；要么企业致力于服务于某一特定的市场细分、某一特定的产品种类或某一特定的地理范围。波特的三种基本竞争战略理论的发展完备，广泛地应用于一般产业的分析中，为决策者进行产品定位、实现利润最大化和提高竞争地位提供了清晰的指导。波特战略中的“企业”被定义为“相关经济活动的集合体”。波特认为，企业只有在其经营领域内选择上述三种战略的一种，企业才能发展，才能在竞争中获胜。

波特竞争战略对项目战略管理的启示：

从波特竞争战略中，可以发现其基本观点：企业战略的关键是确立竞争优势。如何确立和发展竞争优势，则需要对 SWOT（优势、劣势、机会、威胁）进行组合分析，把握环境变化的趋势，掌握机会，避开威胁，发挥优势弥补劣势，即未来最佳经营范畴和战略就是外部环境变化所出现的机会和企业本身优势之间形成交集。对于项目战略管理而言，根据波特竞争战略，每个项目管理者必须把握多变的环境，根据自身的特点，确定战略目标和方向、自己的竞争优势，如果还死守固有、僵化的管理模式，在激烈的市场竞争中将会被淘汰。

（二）SWOT 分析

SWOT 分析来自于企业管理理论中的策略性规划。所谓 SWOT 乃是四个英文前缀的符合字，其包含了 Strengths、Weaknesses、Opportunities、Threats，意即：优势、劣势、机会与威胁。优势和劣势主要在于考虑组织内部的条件，是否有利于计划的进行；机会和威胁是针对组织外部环境进行探索，考虑未来外部情况变化时对企业的影响。这种思维模式可以帮助分析者针对特定事项，分别从四个方面加以考虑，分析利弊得失，找出确切的问题，并采取措施加以解决。应用 SWOT 的分析方法，对“项目”优势及劣势，外部环境的机会与威胁加以分析，从而拟订项目未来的战略，有效地发挥项目所拥有的资源，提高其经营绩效。

SWOT 矩阵框架

SO 战略依靠内部优势利用外部机会，WO 战略利用外部机会克服

内部劣势。ST 战略依靠内部优势回避外部威胁，WT 战略减少内部劣势回避外部威胁。

内部因素	优劣势分析		外部因素	优劣势分析	
	优势	劣势		优势	劣势
管理	富有经验的管理团队和丰富的相关专业背景,管理团队互补性强		经济因素	世界范围厨房革命,人们收入水平提高,生活节奏的加快,消费国生产转移和对国际市场的依赖;中国工资水平和消费水平的提高。	目前中国国内需求暂时较小,产品对国外市场的依赖较大;国内市场的开拓还需要一定的时间。
营销	专业的国际营销队伍和食品国际营销的丰富经验,熟悉电子商务,与媒体有较广泛的联系;已经拥有一些国外客户资源;国际市场的巨大需求	国外的检疫要求和对外贸易政策的变化对营销会产生影响。	竞争分析	中国国内厂家数目很少,产量很低,竞争少;劳力和原材料成本比很低;有优越的地理位置,交通很方便;广大的国际市场	更多的中国食品厂家正在认识到冻干食品发展良好前景;市场先占策略很重要。
生产	相对于国内其他竞争对手有较大和较灵活的生产能力,适应不同种类冻干食品的生产	订单一般较大,有必要不断扩大生产规模以便接单,实现规模经济以增加竞争力;能耗大	消费趋向	人们对高质量绿色、方便、营养食品的日益增加的需求	
研发力量	依托高校中国农业大学和其他相应的科研机构,有食品研发		技术方面	设备经过生产实践检验,性能稳定;自有技术人员力量强;设备	能耗相对较大,导致生产成本较高,降低能耗将是增强竞争力

	的专家,具有很强的食品研发能力			供给方常年派驻技术小组,提供技术和工艺上的支持	的重要的考虑
财务状况	负债少,银行信誉好,融资能力强;冻干食品利润高,投资回收快,运作活动产生较好的现金流	缺少足够的自有流动资金,难以达到规模化生产	法律及调控	属农产品深加工行业,支持农民致富,解决社会就业问题,国家和政府在税收和融资等提供支持	
产品及服务	提供营养,绿色,天然和方便高品质冻干食品	作为外销食品行业,检疫问题和目标国家政策可能会成为制约产品外销的一个因素,对原材料选择要严格要求。	产业或市场结构	生产成本较高,技术含量高,投资额大,专业性强,对管理人员素质要求较高,竞争者有较大进入障碍	

第四章 投资环境

项目所在地为鄂尔多斯市新能源产业示范区。



鄂尔多斯市位于内蒙古自治区西南部，地处鄂尔多斯高原腹地。东部、北部和西部分别与呼和浩特市、山西，包头、巴彦淖尔市，宁夏自治区、阿拉善盟隔河相望；南部与陕西省榆林市接壤。地理坐标为北纬 $37^{\circ}35'24''$ - $40^{\circ}51'40''$ ，东经 $106^{\circ}42'40''$ - $111^{\circ}27'20''$ 。东西长约 400 千米，南北宽约 340 千米。总面积 86752 平方千米。

➤ 自然气候

鄂尔多斯市西高东低，地貌主要分为东部的丘陵沟壑区、西部的高平原区、北部的库布其沙漠区、南部的毛乌素沙漠区、中部的波状

高原区和北部黄河南岸的平原区。海拔在 850 米至 2149 米之间。属典型的温带大陆性气候。年日照时间为 2716 . 4 小时—3193 . 9 小时。年平均气温在 5.3 -8.7 ，平均月最低气温为 - 10 -13 ，7 月平均气温为 21 -25 ，全年气温日差为 11 -15 ，年差为 45 -50 。东部地区降水量为 300 毫米—400 毫米，西部地区降水量为 190 毫米 - 350 毫米，全年降水集中在 7-9 月。蒸发量大，年蒸发量为 2000 毫米—3000 毫米。

➤ 地理环境

鄂尔多斯市位于内蒙古自治区西南部，地处鄂尔多斯高原腹地。

东、南、西与晋、陕、宁接壤，北及东北与草原钢城包头以及自治区首府呼和浩特隔河相望。东西长约 400 公里，南北宽约 340 公里，总面积 86752 平方公里。



鄂尔多斯市自然地理环境的显著特点是，起伏不平，西北高东南低，地形复杂，东北西三面被黄河环绕，南与黄土高原相连。地貌类型多样，既有芳草如茵的美丽草原，又有开阔坦荡的波状高原；全市境内五大类型地貌，平原约占总土地面积的 4.33%，丘陵山区约占总土地面积的 18.91%，波状高原约占总土地面积的 28.81%，毛乌素沙

地约占总土地面积的 28.78% ,库布其沙漠约占总土地面积的 19.17%。

➤ 经济发展

鄂尔多斯经济发展迅猛，“十五”以来，鄂尔多斯市抓住国家实施西部大开发的历史机遇，率先践行科学发展观，有效实施资源转化战略，经济社会始终保持了持续快速、协调健康发展的良好势头。“十五”期间，全市累计完成财政收入 207 亿元，是前 51 年总和的 2.6 倍。2004 年，鄂尔多斯跨入中国综合实力百强城市行列，2006 年又成功跻身全国投资环境百佳城市，并成为自治区发展最快的地区之一，同时也是中西部地区最具发展活力的城市之一。2006 年，全市地区生产总值达到 800 亿元，年均增速达 32.2%，在全国 333 个地级城市中居第 5 位。人均 GDP 达 6600 美元，在全国地级城市中列第 8 位，年均增速达 29.1%，居全国第 4 位。财政收入达到 145.9 亿元，其中地方财政收入完成 82.3 亿元，年均增速达 41.9%，居全国第 4 位。人均财政收入达 5434 元，在全国地级城市中列第 7 位，年均增速达 39.9%，居全国第 4 位。全市城镇居民人均可支配收入达 13002 元，年均增速达 15.4%，居全国第 8 位。全市农牧民人均纯收入达 5308 元，年均增速达 13.7%，居全国第 11 位。三次产业比重为 5.3：55：39.7。

➤ 城市交通

鄂尔多斯交通便捷城市功能完善是投资者的热土。近年来鄂尔多斯市采取多种模式规划建设了一批铁路和高等级公路，自己投资建设的高等级公路和地方铁路里程在全国地级市中位居第一，已经建成和

正在建设的高速公路 692 公里、铁路 792 公里。形成了京包、包兰铁路围绕周边，大准、准东、东乌铁路横穿东西，包西、包神铁路纵贯南北，109、210 国道贯穿市域，并与周边 110、107 国道相连成网的交通格局，2007 年 7 月，鄂尔多斯飞机场通航，鄂尔多斯市到北京、郑州、上海、西安、深圳的航线正式开通，鄂尔多斯市到呼和浩特市、三亚、成都的航线也即将开通。目前，全市公路、铁路、航空相结合的立体化交通体系已经形成。在城市建设中鄂尔多斯加快具有浓郁地域特点、民族特色、现代特征的文化设施建设，完善城市功能，优化整体服务环境，使城市品位显著提高，城市产业支撑、要素集聚和辐射带动能力大幅度提高。

第五章 企业管理

一、组织结构

公司组织结构由三部分所组成：

1、股东大会

公司的最高权力机构，行使终极所有权。采取例会的形式，选举或罢免董事和监事，决定公司资本运作与利润分配等重大问题，其表决方式以股东所代表的股权额进行表决。

2、行政机构

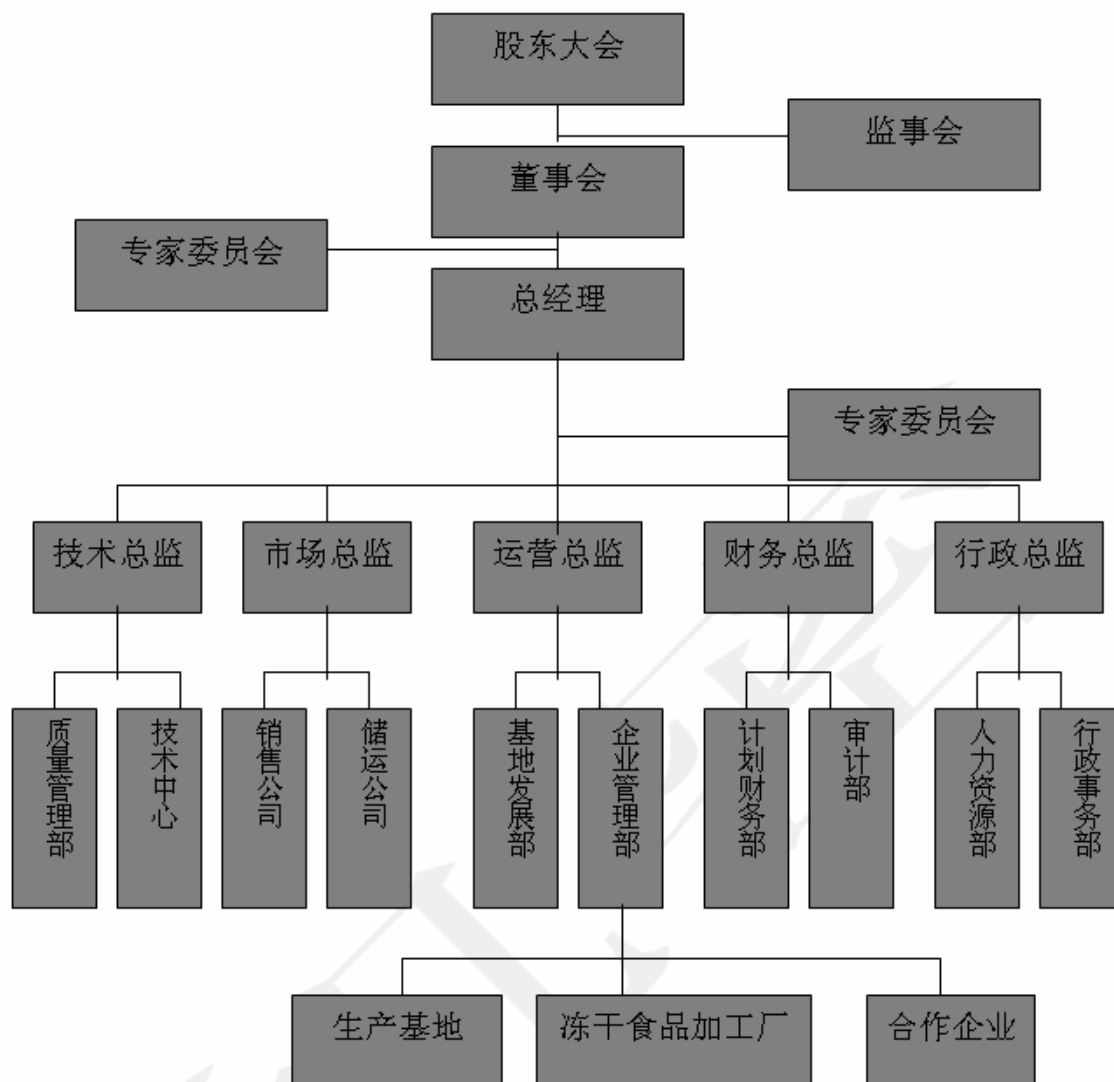
(1) 董事会：公司的经营决策机构，行使经营决策权，对股东大会负责。每季召开一次例会，聘任或解聘总经理，聘任或解聘总经理提名的副总经理、财务负责人，进行经营决策。做出有关决议，必须经全体董事过半数表决通过。董事长是公司的法人代表。

(2) 监事会：公司的监督机构，独立行使监督权，对股东大会负责。对董事、经理人员和公司经营财务情况进行监督，保证公司章程的贯彻执行。每年至少召开两次例会，做出有关决议必须经全体监事的过半数表决通过。

(3) 以总经理为代表的经理机构：公司经营管理的执行机构，行使经营管理权，对董事会负责。聘用或解聘不属于董事会聘用或解聘的其他管理人员、技术人员，招收或辞退员工，主持公司日常的生产经营管理工作，实行总经理负责制。

3、生产经营及管理机构

(1) 内部设职能部门：销售部、审计部、财务部等。以上各部均属于以总经理为代表的经理机构的直接领导，实行总经理负责制，行使经营管理权。



公司组织结构图

二、公司管理理念

(一) 人才理念

公司的生命力源于员工的创造力，员工孜孜以求，公司蒸蒸日上，员工锐意创新，公司活力常驻；企业的发展需要由员工的力量来驱动；

个人的发展需要公司提供机遇和发展空间。因此让员工都得到最好的发展，是我们的追求，尊重知识、尊重人性、集体奋斗和友善平等，是我们事业可持续成长的内在动力。

员工的认真负责和有效管理是项目最大的财富，公司培养并任用精神振奋、态度积极、工作主动的扩张性人才；善于谋划又善于执行的专业人才；团结协作、填平补齐的优秀人才；品行端正、敬业勤勉的高级管理人才。

（二）团队理念

团队是由多人基于共同目标而组成的有机体。

团队尤其强调团队成员间的相互关系，一个团队不只是一群人的构成，若彼此没有共同目标、相互认同与互动行为，那么即使形式上聚集在一起，亦与团队概念相距甚远，所以我们认为“合作”是团队成员间相互关系的精髓，在开放式沟通的环境中工作，随时与工作伙伴分享沟通与团队合作的快乐。

我们知道，一个团队是由不同类型和性格的人组成的。如何做到人尽其才，是发挥团队作用的基础前提，但是金无足赤、人无完人，团队中的每个成员都可能存在着这样或那样的弱点、缺点，但这些缺点并不影响事业的成功，因为我们是一个海纳百川的团队，是一个有理想，有梦想的有机体，每个成员都能在充满激情的团队合作中释放自我潜质，发挥和创造更高的自我价值。

三、公司管理

公司管理是企业的基础，只有严格的管理才能创出企业的高效益。任何一个企业，都具有其独有的优势，但是如果没有一个好的管理，企业的发展将岌岌可危。基于这种考虑，公司组织了高效管理层，并制定了科学合理的各种控制措施，以期盼公司高效、积极的不断发展。

目前公司尚处于创业初期，但公司现有人员在技术创新及管理、市场营销、财务管理及公共关系方面有着丰富的经验，同时也具备了良好的知识背景，这将为公司未来的发展打下良好的基础，并在以后的发展中发挥重要作用。

（一）成本管理

成本是反映一个企业经营状况的综合指标，是企业管理水平高低的集中体现。

成本管理抓好，可以促进产品质量的提高，促进材料消耗的降低，促进各项基础管理工作的加强。公司把成本管理放在经营管理工作的首位，制定了一系列措施，最大限度降低采购成本、生产成本和销售成本。

（二）质量管理

质量是企业的生命，没有质量就没有效益。提高服务质量、产品质量，工程质量，既是满足社会、市场需求、提高经济运行的关键，也是公司扩大市场占有率、提高公司品牌效应、增强市场竞争能力的必然要求。

1、加强质量意识教育

利用各种形式,加强对干部职工的质量管理知识和质量法律法规知识的教育培训,牢固树立“质量第一”、“以质取胜”、“以服务取胜”的观念,增强提高质量的使命和责任感。

2、完善技术保障手段

严把检验关,变暗扣为明扣,增加透明度。严格技术指标,对各个程序主要指标,实行全方位、全过程的跟踪控制,确保项目产品质量的稳步提高。

(三)资金管理

资金是企业的血液,是搞好企业管理的关键环节。在资金管理上,公司把提高产销率、降低产品资金占用、加快资金周转作为资金管理的重点,贯穿于经营的每一个环节,卡紧“两头”,管好中间,突出抓材料采购和产品销售两大关口。

1、物资购销

供销、财务、企管等部门对产品购销合同层层把关,合同必须明确物资的购销价格、结算方式、付款方式等。

2、财务结算

保持财务结算的稳定性、均衡性、真实性和完整性,当月的购销业务当月必须结算,避免因暂估材料的发生对当月经济运行状态产生虚假影响。

3、财经纪律

纪检、审计部门对财务账目定期审计,严肃财经纪律。要求财务

人员做到“五要”：一要严字当头，数字准确，账目清楚；二要反馈信息，积极参与与经营决策；三要搞好财务监督，堵塞漏洞；四要管好资金，把钱用到刀刃上；五要钻研业务，提高工作水平。

四、公司管理机制

（一）管理原则

公司以规范化管理为原则，从管理层到员工都以制度作为行动指南和准则，制定各项必要的规章制度和操作流程，并在实践中不断完善。为保障规范化、制度化管理，公司正在完善组织结构，建立健全有效的董事会和职能机构，董事会成员均能尽勤勉之责，且有相当的专业能力，保证公司沿规范化、制度化的道路发展。

（二）激励机制

通过激励机制，可以达到人尽其才，做到“以事业留人，以感情留人，以发展留人”，促进公司可持续发展。公司主要通过对权益层、经营管理层、基层员工实施激励措施，达到公司良性发展的目的。

1、权益层激励

通过高效经营让股东获得稳定而可观的分红，并创建一支能征善战的企业团队，从而让他们看到企业发展的远景，进而使其保持对企业投资的兴趣，积极参与企业的治理与监督。

2、经营管理层激励

经营管理层是指在企业中从事决策、计划、组织、协调与控制等职能的群体。企业经营管理层对企业效率起着决定性的作用，因而

也是企业激励的主要对象。对经营管理层，公司充分的授权并允许一心为公之人才适度的犯错，并不断为其创造舒适的办公环境与融洽的人际关系，表现突出者，公司将安排外培机会。

经营管理层激励的四条基本原则：

- (1) 竞争上岗、末位淘汰
- (2) 目标管理、绩效考核
- (3) 分享利润、分享成功
- (4) 薪酬政策、公开透明

3、基层员工激励

基层员工旨在企业计划范围内，负责生产、销售、服务等具体操作环节的所有员工。在具体企业生产经营过程中，实际上就是指除经营管理层以外的所有人员。这一群体数量多，占企业人员比重大。公司将使员工的薪酬与业绩相联系，尊重和认可他们的工作业绩，从而将员工与公司利益联系在一起。对于新进入公司的员工，在公司工作满一年以上的，每年将按其工作绩效和岗位给予一定的物质奖励。同时拟定切实可行的员工培训计划及员工奖励和晋升发展的制度。

基层员工激励的六条基本原则：

- (1) 薪酬政策、公开透明
- (2) 树立榜样、共同进步
- (3) 用心关怀、促进感情
- (4) 员工大会、交流沟通
- (5) 实施培训、促进发展

(6) 基层管理、凝聚团队

(三) 福利界定

1、养老保险

公司所有员工实习期满后，由公司负责，个人与公司共同承担费用，办理基本养老保险。

2、医疗保险

根据公司经济效益情况，原则上由公司与个人双方共同按当年所定比例承担费用，办理医疗保险。

3、人身安全保险

所有公司内员工的人身安全保险，由公司统一办理。

4、奖金与津贴

依据公司经济效益和公司劳动定额制度及出勤率等考核情况决定具体发放办法。

(四) 人事计划

1、人员任用

本公司除董事会成员外，其他所有人员均采用聘用制和合同制。具体聘任及聘用办法同当地劳动人事部门联系，按公司所定《实施办法》进行。

2、人员培训

由于本项目产品生产技术先进，设备自动化程度高，为是操作工人和管理人员全面掌握技术及操作、维护和管理方面的技能，必须进行专业技术培训后上岗，从而保证项目实施后能尽快达到经济指标和

预期效益。

3、人员考核

公司在定编、定员、定岗、定责、定酬的基础上实行两级考核，两级分配的制度。

公司工作人员按照企业的《劳动定额制度》，参照内部制定的有关劳动纪律和制度进行月季评年度考核。考核与工资、奖金、福利挂钩，具体按企业所制定的《考核办法》执行。

管理人员的考核以各级管理人员的职责、任务、目标为依据，按照企业所制定的职位升迁和工资、资金及福利挂钩，进行半年一考核，一年一总评。

总的原则是：企业考核部门，部门考核人员，企业根据对各部门考核结果同工资基数计算当期工资分配总额，分配到部门，部门根据员工岗位责任考核分配给员工个人。

第六章 行业市场

一、市场现状

1965年，全球已有食品冻干厂50多家，到1985年，仅日本就有25家公司生产冻干食品，其总销售额为1700亿日元，至2002年日本已有35家冻干食品厂，仍然不能满足当地市场需求。目前我国已成为世界冻干食品生产和出口的主要国家之一，产品主要销往西欧、

日本、美国、澳大利亚、韩国、新加坡、香港等国家和地区，其中，西欧、美国、日本是冻干食品的主要消费市场。



真空冻干食品的生产，在我国起步较晚。20世纪50年代引进的真空冻干技术用于医药及生物制品，到80年代后期由于冻干食品需求的拉动以及高档方便面工业的发展，冻干食品生产在我国才出现。近3—5年来，冻干食品产业其冻干面积已达10000多平方米，但生产规模大都较小。

脱水蔬菜是国际绿色食品市场上重要的品牌，世界上脱水蔬菜主要出口国有印度、中国、智利、土耳其等，主要进口国有美国、德国、法国、日本、阿根廷及东南亚地区等，据有关资料介绍仅脱水洋葱片、

草莓片、蒜片一类产品，美国市场年需求量上万吨，日本 5000 吨，东南亚地区为 7000 吨，这些国家和地区所需产品主要依靠进口。目前国际上热风烘干的脱水蔬菜已趋于饱和，冻干蔬菜的需求日趋增加。我国目前冻干产品年产仅几千吨，远远满足不了订购需求，由此可见冻干食品的国际市场发展潜力极大。

蔬菜在全球食品界具有举足轻重的地位，随着社会进步和人民生活水平、生活方式的不断改变，冻干食品属技



术含量高的即食食品，近几年国际市场需求量大增，据统计，2002 年至 2004 年出口量增加了两倍，需求品种增加了十多种，国际市场需求的大好形势是我国发展冻干食品产业的大好机遇。我国是人口大国，食品消费量居全球之首，各种方便食品

早已进入千家万户，国内市场对冻干食品的需求还蕴藏着更大的潜力，一些上市的不论进口或国产的冻干食品很快就被国人认识和接受，可以预测日本发展冻干食品业的 3 个阶段在中国可能很快出现，1.3 亿人对冻干食品的要求是中国冻干食品产业发展更加持久、更加巨大的拉动力。

二、市场分析

真空冻干技术和冻干食品在我国刚刚起步。随着我国粮食生产、果蔬业、畜牧业、水产业的进一步发展，品种各异的冻干食品将会逐步占领广阔的市场。

随着经济发展和人民生活水平和日是水平的日益提高,人们饮食逐步从温饱型向讲究营养保健、原汁原味、新、特等高档食品过渡,对冻干食品的需求将会稳定增长。一些高级宾馆尤其是各国驻华使馆对无公害新特果菜消费越来越多,纷纷前来定货。

目前世界冻干食品销售额达 65 亿美元,仅日本每年要花费 1000 亿日元进口冻干食品,俄罗斯每年缺口 15 万吨左右,冻干食品的主要消费地为欧洲,日本、韩国、美国、俄罗斯和东南亚各国。我国临近这些国家,运输方便,国内外市场广阔。

现在我国利用冻干设备生产的食品主要包括:汤料、虾仁、半成品(如鸡蛋粉)、保健品(如干人参)及食品配料(如方便面中的脱水蔬菜),年产量不足 10,000 吨。据专家预测,在 2010 年,我国仅高档方便面辅料一项,约需冻干食品 4 万吨,加上各种食品快餐配料、汤料、饮料,每年冻干食品的消费量将超过 10 万吨。国内外对冻干食品的巨大需求,为发展我国的冻干食品工业提供了大好机遇。

三、市场展望

(1) 国际市场展望

我国农副产品资源极其丰富,急需深加工增值,生产冻干食品的

成本也远比其他国家低得多。这种低成本对外商产生了巨大的吸引力。在近几年里，更多的外商由国外市场转向中国市场大量求购冻干食品。这可视为在我国发展冻干食品外销创汇的大好机遇。

由于冷冻干燥食品具有天然、营养、方便等特点，自然成为正在世界范围内掀起的厨房革命（即食物制作从家庭厨房转向工业化生产）的一个重要组成部分。它作为一种产业正以极快的速度发展。从2002年法国世界食品博览会反馈的信息来看，全球特别是欧美、俄罗斯等一些发达国家对这种产品的需求正在日益扩大。其订单的数量和订量都是令人吃惊的，最小的订量都在500吨以上，多的达几千吨，发展前景十分可观。

目前，日本由于产业调整，农副产品加工已转向国外，其冻干产品的缺口2—3万吨（不包括咖啡等饮料）都将依赖进口。欧美也有这种趋势。俄罗斯也需要大量进口冻干食品。我国目前冻干产品年产几千吨，产量增加的潜力和出口余地都很大。

（2）国内市场展望

我国是世界上最大的食品消费国，其饮食文化同日本和亚洲经济新兴国家和地区相近，因此食品工业发展模式差异不大。随着经济的快速发展，随着厨房革命步伐的加快，以冻干食品作配料的各种方便食品必然有很大的市场。以方便面而言，日本、香港、新加坡、台湾等地目前人均年消费量在40包以上，韩国则高达80包。其中20%为冻干食品作辅料的高档型。而我国目前人均年消费量仅为5包，而且基本上是低档型。预计至2010年可能达到人均消费量20包。按

10%为高档型，每包辅料 15 g 计，则每年仅方便面辅料一项即需冻干食品 4 万吨。加上食品加工业，快餐业的配料，各种汤料，饮料等，每年冻干食品的消费量将超过 10 万吨。国内冷冻干燥技术正处于刚刚起步阶段，而冻干食品在世界上作为一种成熟的商品也不过 20 年的历史，还有相当长的发展道路要走。由此可见，国内市场的前景也是十分可观的。

中国引进冻干技术的时间不长，但是其发展的势头和潜力却非常可观。专家分析，仅方便面配料领域，中国就有一个巨大的市场。仅此一项，中国每年就需要冻干食品 4 万吨，而实际上中国目前的年生产量还不足 3000 吨，市场潜力很大。



目前全球蔬菜、肉类、海产品的冻干食品消费量已达 15-18 万吨，其中消费量最大的是日本，年消费 3 万吨左右。预计到 2012 年，日本的冻干食品消费量将增至 5 万吨，其缺口 2-3 万吨都将依赖进口。近几年已有日商开始在中国大陆投资建厂，生产冻干食品返销，同期欧美、俄罗斯也表现出这种趋势。

四、竞争分析

作为中国九五计划和 863 火炬计划的重点研发项目,目前冻干食品加工的技术已经十分成熟,冻干食品产业化成为可能。人们已经逐渐认识到冻干食品行业发展的广阔前景。但由于资金,技术和管理水平等因素的限制,生产规模还很小,远远满足不了国内外的需求。目前,我国的冻干食品生产厂家主要集中在山东,浙江,和西北地区的陕西甘肃等地。特点是企业数目少,生产规模小,利润高,产品绝大部分外销,生产满足不了需求。国内冻干产品的供方市场尚处于最初的发展阶段,为进入者提供了很好的发展机会。

第七章 市场营销

一、营销策略

（一）差异化策略

对市场进行深化细分，强调不同客户的不同需求，追求产品的“不完全替代性”，即在产品功能、质量、服务、营销等方面，项目公司为顾客所提供的是部分对手不可替代的，以此达到“鹤立鸡群”的效果。

（二）整合营销策略

项目公司的整合营销包括两层含义。首先，本公司的各种营销职能——销售人员、广告、产品管理、营销调研等等必须彼此协调；其次，整个营销部门必须与其他部门如生产、财务、人事、品控等很好协调、自成一体、通过整合营销，项目公司的所有部门，所有人员将成为一个高效统一的有机整体，紧紧围绕在消费群体与市场为核心的周围。

我们将从宏观经济环境、竞争者状况、目标市场的变化等方面进行综合分析与评价，对市场做出准确预测，从而制定出确实可行的推广策略，这是实现企业目标的保证。目前虽然公司具有一定的竞争优势，但是要稳妥地实现预定的目标还必须从长远考虑，利用所得到的准确信息去分析预测将来的市场情况，科学合理地做出经营策略，围绕企业的总目标，制定出详细的经营规划，利用不同的业务渠道和推广方式来保证预期目标的实现。

二、定价策略

我们公司采用的定价策略主要根据以下两方面进行：首先为成本导向定价法；其次是按国家物价局的标准执行价格策略。同时建立行业的需求、供给、市场价格变动预测预报系统，及时准确地把握国际国内市场的供、需情况及价格变动的趋势，并采用一些相应的应对措施，做到与外界市场紧密联系，提高产品竞争能力。

三、营销理念

项目公司能够成功地运作市场的原因离不开固有的全球化运作模式和经营管理经验，更源于对营销理念的深度把握、理解和创新。市场销售以服务为核心的营销理念，具体如下：

- 1、销售就是提供优质服务。合作公司将来运作中，倡导为客户提供精细化服务，为客户提供商品供需信息，帮助客户解决在经营产品过程中出现的问题，通过一系列细致入微的工作把服务做到客户心中，牢牢把握住了消费终端。用频繁的联系密切企业与客户的关系，实现客户资源的有效管理和利用，提高客户对企业的忠诚度。

- 2、销售就是在为客户创造价值的同时实现“双赢”。在合作过程中，合作公司将秉承不断地为客户创造价值的理念，与客户资源共用、利益共享，最终实现“双赢”，这是我们获得销售稳定快速增长的重要因素之一。

本项目投产后，公司将会在充分利用原有商业销售渠道的基础上，积极开发新的具有多年行业工作经验和良好工作记录的经销商做

代理，并依托新产品优势，不仅可以很快打开并占领市场，还可以有效地降低成本，扩大产品竞争优势。

四、营销管理

项目公司在销售管理上将做出以下五个方面的努力：

（一）客户管理

公司会在积极维护、开发客户的同时，按不同的类别与标准，将客户资料整理归档，并输入计算机系统，建立起庞大、详尽的客户信息库，公司员工有针对、有目的地与客户进行沟通，满足客户需求。

（二）员工管理

对于销售人员，公司有一套严格的考核体系。员工的薪金与其销售业绩直接挂钩。同时，公司还将保证销售队伍内部人员晋升的透明性与直接性。庸者下，能者上，努力就有回报是公司对于每一个员工的承诺。

（三）战略联盟管理

作为一个极富创造利于凝聚力的集体，项目公司在多年来的经营过程中形成了独具个性的立体战略联盟管理体系，它包括三个部分：

1、垂线。即公司的整个供、产、销系统链。站在高处，放眼全局，不仅专注生产，还要把原料供应体系与产品销售体系纳入管理范畴。建立健全以销定产，以产定购，购、产、销平衡的科学管理体制。

2、平行线。即同行业内的合作伙伴与竞争对手。以行业发展为出发点，以市场需求为准绳，以“双赢”为基本原则，在合作与竞争

中互通有无、共同发展。

3、圆。即公司的整个内部结构。要打破部门屏障，树立一个统一的面向市场的努力目标----客户。做到销售部门以客户为核心，并紧紧围绕在销售部门的周围，形成一个同心圆，以占领市场、获取发展。

（四）经销商管理

经销商的作用对公司意义重大，必须足够重视。考虑到经销商所处地位的特殊性，公司会单独制定一套完善的制度对其进行约束与激励。对经销商的管理原则将是：互相尊重、友好合作、共同发展。

（五）信息管理

公司将开辟专用的信息通道，积极收集相关市场的产品资料，及时把握行情动态和市场导向，以信息化促进销售管理质量的提升。

五、广告策略

为了能有效提高公司产品的“三度”（知名度、著名度、美誉度），以促成整个营销战略的成功实施，公司采用整合传播策略。无论是产品的包装，还是广告的设计与创意，都应根据消费者的需求，对产品进行清晰化、针对性定位，做到产品的风格与公司形象与宗旨保持一致。

（一）编辑专刊宣传册

要谋求做大品牌、进军大市场、争取大发展经营战略，公司拟在相关专业或影响力较大的报刊、杂志上刊登公司及产品简介，介绍公

司文化、产品种类及特点等，从而吸引顾客的重视和消费倾向。

（二）电视、广播媒体的广告宣传

考虑到无线电传播媒体在当前社会存在的广泛性及其强大的影响力，公司将本着节约、高效的原则，有计划地利用电视、广播媒体进行广告宣传，争取做到让公司及其产品和服务在本地区，乃至在全国和世界各地具有较高知名度。

（三）国际联网促销

相对传统广告而言，因特网广告是近十年来崛起的一种全新媒介。据国际权威调查公司 Garner Group 公布最新数据显示，美国的 60% 的企业都在使用网络营销工具，并且已经将网络营销作为公司核心营销策略之一，而在中国，这个比例只有 2%。公司将在对目标市场进行充分调查的基础上，选定最容易被目标市场看到的网站和在线广告形式。同时，公司将加强网站建设，并与行业网站和搜索引擎建立连接，让广大消费者可通过该网站查询到公司最新的产品信息及相关资料，并可通过网站直接与公司进行商务往来。

第八章 财务概况

一、财务管理

(一) 总则

为加强公司的财务工作,发挥财务在公司的经营管理和提高经济效益中的作用,特制定本规定。

1、财务职能:

- (1) 认真贯彻执行国家有关财务管理制度。
- (2) 建立健全财务管理的各种规章制度,编制财务计划,加强经营核算管理,反映、分析财务计划的执行情况,检查监督财务纪律。
- (3) 积极为经营管理服务,促进公司取得较好的经济效益。
- (4) 厉行节约,合理使用资金。
- (5) 合理分配公司收入,及时完成需要上缴的税收及管理费用。
- (6) 对有关机构和财政、税务、银行部门了解,检查财务工作,主动提供有关资料,如实反映情况。
- (7) 完成公司交给的其他工作。

2、财务部门成员:

财务部有总会计师、会计、出纳和审计工作人员组成。在没有专职总会计师前,总会计师职责由会计兼职承担。

(二) 岗位责任

1、总会计师岗位职责

(1) 编制和执行预算、财务收支计划、信贷计划，拟定资金筹措和使用方案，开辟财源，有效使用资金。

(2) 进行成本费用预测、计划、控制、核算、分析和考核，督促本公司有关部门降低消耗、节约费用、提高经济效益。

(3) 建立健全经济核算制度，利用财务会计资料进行经济活动分析。

(4) 承办公司领导交给的其它工作。

2、会计岗位职责

(1) 按照国家会计制度的规定进行记账、复账、报账，做到手续完备，数字准确，账目清楚，按期报账。

(2) 按照经济核算原则，定期检查，分析公司财务、成本和利润的执行情况，挖掘增收节支潜力，考核资金使用效果，及时向总会计师提出合理化建议。

(3) 妥善保管会计凭证、会计账簿、会计报表和其它会计资料。

(4) 完成总经理或主管副总经理交给的其它工作。

3、出纳岗位职责

(1) 认真执行现金管理制度。

(2) 严格执行库存现金限额，超出部分必须及时送存银行，不坐支现金，不认白条抵押现金。

(3) 建立健全现金出纳各种账目，严格审核现金收付凭证。

(4) 严格支票管理制度，编制支票使用手续，使用支票须经总经理签字后方可生效。

(5) 积极配合银行做好对账、报账工作。

(6) 配合会计做好各种帐务处理。

(7) 完成总经理或主管副总经理交付的其它工作。

4、审计的主要工作职责

(1) 认真贯彻执行有关审计制度。

(2) 监督公司财务计划的执行、决算、预算外资金收支与财务收支有关的各项经济活动及其经济效益。

(3) 详细核对公司的各项与财务有关的数据、金额、期限、手续等是否准确无误。

(4) 审阅公司的计划资料、合同和其它有关经济资料，以掌握情况，发现问题，积累证据。

(5) 纠正财务工作中的差错弊端，规范公司的经济行为。

(6) 针对公司财务工作出现的问题，产生的原因提出合理化改进建议和措施。

(7) 完成总经理或主管副总经理交付的其它工作。

二、财务评估依据

- 1.根据国家发改委编制的《建设项目经济评估方法与参数》(第二版);
- 2.国家有关财税制度;
- 3.本项目折旧现率为 10%;
- 4.项目计算期 10 年;
- 5.项目单位提供的资料数据;

三、资金筹措

本项目总投资 6800 万元人民币,公司自筹 1000 万元,融资金额 5800 万元

四、资金的使用

资金的使用表

单位:万元

序号	名称	金额
—	建设投资	5800
1	工程费用	3780
(1)	建筑工程费用	1620
(2)	设备购置费	2000

(3)	安装工程费	160
2	固定资产其他费用	120
(1)	管理费	26
(2)	前期咨询费	10
(3)	勘查设计费	30
(4)	工程保险费	20
(5)	联合试运转费	18
(6)	检验费	18
3	无形资产费用	1200
(1)	使用土地	480
(2)	技术研发及技术无形资产	720
4	其他费用	200
5	预备费	500
二	流动资金	1000
合计		6800

五、财务分析

1、销售收入

销售收入表

单位：万元

序号	产品名称	数量	价格	销售收入
1	速冻蔬菜	500 吨	13 万元/吨	6500

2	速冻肉类	500 吨	15 万元/吨	7500
3	无公害蔬菜	3000 吨	2 万元/吨	6000
合计				20000

2、运营成本

运营成本表

单位：万元

序号	名称	运营成本
1	原辅材料	8500
2	燃料及动力	200
3	工资及福利费	840
4	折旧费	400
5	推销费	146
6	修理费	314
7	管理费	50
8	制造费	950
9	其他费用	600
合计		12000

3、税金

按对合资企业实行的新税法，从企业开始获利年度起，按 17% 税率计征企业所得税，营业税按 5% 缴纳、教育费及附加按 3% 缴纳。

企业所得税=20000 万元 × 17%=3400 万元。

营业税=20000 万元 × 5%=1000 万元

教育附加税=20000 万元 × 3%=600 万元

税收总额=企业所得税+营业税+城建税+教育附加税

=3400 万元+1000 万元+600 万元

=5000 万元

税金表

单位：万元

序号	名称	金额
1	企业所得税	3400
2	营业税金及附加	1600
(1)	营业税	1000
(2)	教育费附加税	600
合计		5000

4、利润表（单位：万元）

利润估算表

序号	销售收入	运营成本	税收	利润
1	20000	12000	5000	3000

六、盈利能力分析

盈利能力分析的主要指标包括项目投资财务内部收益率和财务净现值、项目资本金财务内部收益率、投资回收期、总投资收益率、项目资本金净利润率等。本项目盈利能力指标见下表。

项目盈利能力分析指标

序号	名称	单位	指标
1	所得税后项目投资财务内部收益率	%	33.52
2	所得税前项目投资财务内部收益率	%	41.92
3	所得税后项目投资财务净现值 ($i_c=12\%$)	万元	4904.6

4	所得税前项目投资财务净现值 ($i_c=12\%$)	万元	1634.85
5	所得税后项目投资回收期 (含建设期 1 年)	年	2.42
6	所得税前项目投资回收期 (含建设期 1 年)	年	1.73
7	总投资收益率 (ROI)	%	44.48

所得税后项目投资财务内部收益率为 33.52% ,大于设定的基准收益率 12% ,其他各项盈利指标均很理想 ,项目盈利能力较强。

七、财务生存能力分析

根据项目财务现金流量表可以看出 ,计算期内各年经营活动现金流入均大于现金流出。从经营活动、投资活动和筹资活动全部净现金流量看 ,各年现金流入均大于或等于现金流出 ,项目具备财务生存能力。

八、偿债能力分析

项目生产开始年的资产负债率为 38.6% ,资产负债率较低 ,并从第 3 年 33.1%开始逐年降低。

九、财务指标

对项目企业的财务分析 ,一般考虑内部收益率、财务净现值、投资回收期、投资利润率、投资利税率等指标 ,以衡量投资的可靠性和有效性。

1、财务内部收益率 (FIRR)

财务内部收益率是衡量项目在财务上可行的主要评价指标 ,是项

目在计算期内,各年净现金流量现值累计等于零时的折现率,一般地, $FIRR >$ 行业基准折现率,表明项目财务上可行,其表达式为:

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

其中:

CI: 现金流入量(包括销售收入、回收固定资产余值、回收流动资金等);

CO: 现金流出量(包括固定资产投资、流动资金、运营成本、税金等);

$(CI - CO)_t$: 第 t 年的净现金流量;

n: 工程项目计算期。

2、财务净现值(FNPV)

财务净现值是项目按其行业基准收益率,将项目计算期各年的净现金流量折现到建设初的现值之和,其数值越大,项目的获利水平越高。其表达式为:

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

3、投资回收期

投资回收期指项目以净收益抵偿全部投资所需的时间,是反映项目投资回收能力的重要指标。投资回收期自投资起始点算起,累计净现金流量等于零或出现正值的年份即为投资回收终止年份,其计算公式为:

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

其中：n 为投资回收期

投资回收期以年表示，其具体计算公式为：

投资回收期=（累计净现金流量开始出现正值的年数—1）+（上年累计净现金流量的绝对值/当年净现金流量）；

据此计算，该项目投资回收期为 2.24 年。

4、投资利润率

投资利润率指项目达到设计生产能力的一个正常经营年份的年净利润总额与项目总投资的比率，它是考察项目单位投资盈利能力的静态指标。投资利润率主要反映了投资项目能否以较小的投入取得较多的收益。其计算公式为：

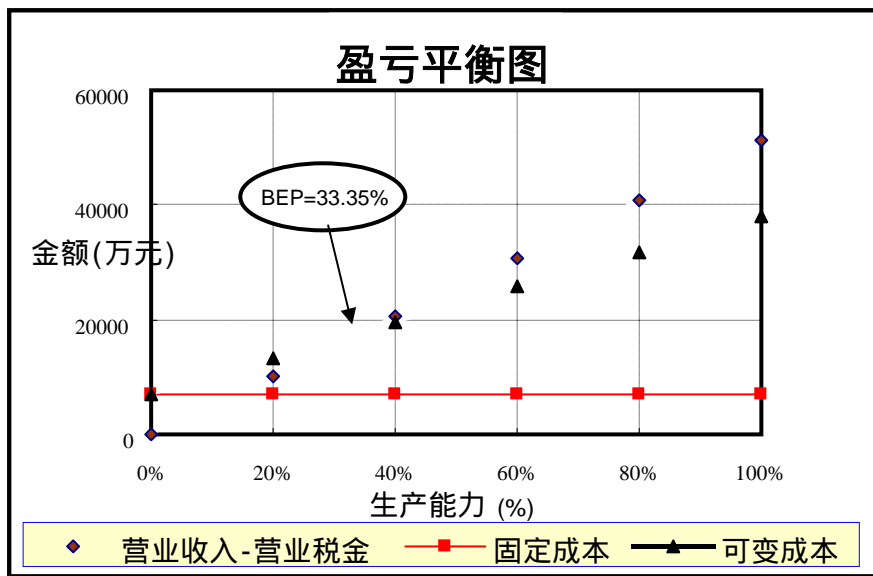
$$\begin{aligned} \text{投资利润率} &= \text{年净利润总额} / \text{项目投资总额} \times 100\% \\ &= 3000 \text{ 万} / 6800 \text{ 万} \times 100\% \\ &= 44.12\% \end{aligned}$$

5、盈亏平衡分析

本项目生产期各年的生产能力利用率（BEP）在 44.66-40.06%之间，项目生产期平均生产能力利用率（BEP）为 40.58%，则企业年销售收入达到 6670 万元时，项目即可保本，计算如下：

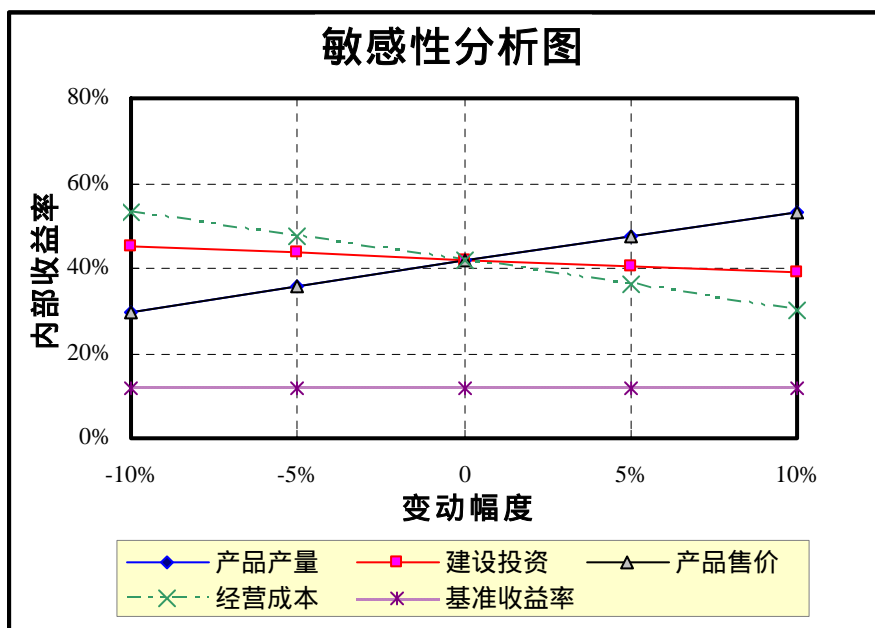
$$\begin{aligned} \text{盈亏平衡点 (BEP)} &= \frac{\sum_{n=1}^{12} \text{年固定总成本}}{\text{年销售收入} - \text{年变动成本} - \text{年销售税金}} \div 12 \times 100\% \\ &= 33.35\% \end{aligned}$$

正常年盈亏平衡见下图：



6、敏感性分析

考虑到项目实施过程中的一些不确定因素，对本项目在建设期和生产期存在的主要不确定因素进行敏感性分析。从分析可知，在诸敏感性因素中，对全部投资财务内部收益率（所得税前）影响较大的因素是产品的经营成本和销售价格。



13.9.7 主要经济指标表

序号	指标	单位	数量	备注
主要经济技术指标				
1	总投资	万元	6800	
2	年总销售收入	万元	20000	
3	年总成本	万元	12000	
4	年利税	万元	8000	
5	年税收	万元	5000	
6	年利润	万元	3000	
7	投资回收期	年	2.26	不含建设期
8	投资利润率	%	44.12	
9	盈亏平衡点	%	33.35	

十、分析结论

行业基准：基准投资回收期 8.3 年，投资利润率 16%，投资利税率 21%，本项目各项指标均高于行业基准要求，说明该项目的效益高于行业的平均水平。

通过对项目盈利能力、财务生存能力和偿债能力等综合分析，证明本项目的经济效益和财务结果较好，说明该项目投资利润高、风险小、有较好的经济效益和社会效益，是一个极具投资价值的项目，该项目从财务上看是可行的。

第九章 风险分析

一、管理风险

本项目融资成功后，相应在项目管理和资金运筹等诸多方面对合作公司均提出了高的要求，组织结构、管理方法可能不适应，不断变化的内外环境，将会大大的影响项目的进展或收益。公司内部管理中存在诸如成本控制、人员变动、资金运营等方面的不确定性，将为公司运营带来风险，如何减少管理风险是本项目运行过程中必须予以关注的。

应对管理风险的对策

- 规范公司治理，制定完善各项管理制度，保障股东和投资者的合法权益。
- 加强对管理人员组织结构、管理、管理方法等方面的内部培训、外部培训，提高其整体素质和经营管理水平。
- 推行目标成本管理，加强成本控制。
- 倡导组织创新、思想创新、以适应不断变化的外部环境。

二、财务风险

财务风险是指企业由于不同的资本结构而对企业投资者的收益产生的不确定影响。财务风险来源于企业资金利润率和借入资金利息率差额之间的不确定因素以及借入资金与自有资金的比例的大小。借入资金比例越大，风险程度越小，反之，则越小。

财务风险主要体现为资金短缺风险,而资金不能满足公司快速发展的需要,但项目实施后公司运营情况发生较大不利变化可能性还是有的,这样本项目就面临有财务风险。

应对财务风险的对策

- 实行严格的资金借贷和运用审批制度,根据公司发展情况和资金市场成本变化,调整资本结构。
- 使投资项目尽快产生效益,提高资产盈利能力,降低投资风险。
- 加强对业务收入、业务支出、日常现金等的管理,在保持较高的流动性的基础上,减少资金占用,为公司扩大投资提供现金流;
- 加大资本运营的力度,构筑和拓宽畅通的融资渠道,为企业的资金提供建立稳固的渠道。为公司的发展不断输入资金,同时完善公司自身的“造血”机制。
- 建立相应的风险预测机制,加强内部管理,严格规章制度,把可能发生的损失降到最低程度。

三、投资风险

(一) 风险因素

公司经营业务的扩大有赖于资本的大量投入,在公司自有资金不足的情况下,需要通过融资或合资解决资金问题。公司不能完全确保按计划增资,获得发展资金,也不能保证计划会得到有关主管部门

的及时批准。另外，国家金融政策的持续也将是公司拓宽融资渠道的影响因素。

（二）控制措施

根据国务院关于投资体制改革的决定，政府改革对公司投资的管理制度，按照“谁投资、谁决策、谁收益、谁承担风险”的原则。落实公司投资自主权，进一步拓展项目融资渠道，通过深化改革和扩大开放，建立市场引导投资、公司自主决策、融资方式多样、宏观调控有效的投资体制。合理地进行利润分配和债务偿还，保证投资者的合理利益，增强投资者信心。

公司以自身在当地的品牌效应，并结合一定的公共关系，积极拓宽融资渠道。

四、外汇风险

公司对外产品出口，将会面临一定程度的外汇风险。项目公司将采用以下方法防范人民币汇率风险。

（一）灵活运用国际贸易结算方式。常见的国际贸易结算方式有预付货款、跟单信用证、跟单托收、赊销和进出口贸易结合等，每种结算方式在规避风险方面作用不同，需灵活掌握。当人民币汇率有升值预期时，应尽量多使用即期信用证结算；跟单托收，应尽量多使用D/P即期结算，以便尽早收汇；应尽量少使用赊销结算。外贸接单尽量接在2~3个月内交货的短期订单。对长期订单：签单时“大合同套小合同”，采取“拆单”的方式来处理。

业务员可采取分开时间段来签订产品价格，以滚动方式执行大合同以规避汇率波动风险（此法适用于老客户，对初次接触的新客户不宜采用这种方法）。

（二）协商使用利益风险双方共担，在合同中增加汇率风险条款来补偿汇率风险造成的损失。在签订出口合同时，可以在相关合同中设立条款来规避汇率风险，或约定汇率变动引起损失的分担比例，使得利益风险双方共担。或在签订大的贸易订单时，协议当人民币升值或贬值时，相应地提高或降低出口价格。

（三）选择有利的计价货币。这是企业避免外汇风险的一种最普遍最基本的方法。以前出口一般以美元为结算货币，汇率改革后已不再像以前那样盯住单一美元，而是形成更富弹性的汇率机制。今后出口时应尽量选择汇率趋于上升的货币来计价，以达到规避风险的目的。随着本币与单一美元脱钩，实行与一篮子货币挂钩的浮动汇率制度，从长期来看，欧元、日元等货币将保持强势货币态势，我们可以关注并选用。

（四）还可以通过与贸易伙伴协商，直接选择人民币作为计价货币，由此锁定汇率成本。

（五）公司还可以选择人民币远期结售汇与外币掉期业务来规避风险，这样公司就不用担心较大汇率波动给企业造成太大的损失。风险规避也是要支付费用和成本的。当我们的单量太少时，使用这些金融工具的费用就显得太高了。

(六) 出口代理业务。出口商发货后，采用商业承兑交单或赊销方式收取货款的情况下，由出口代理商（通常为出口商所在地银行）对出口商出口货物后形成的应收账款，提供账务管理与代收、坏账担保和融资的综合性服务。在出口商将应收账款债权转让给出口代理商后即可获得资金融通，出口商提前获得的应收外汇账款，根据现行国家外汇管理规定可办理结汇手续，达到规避汇率风险的目的。

(七) 出口押汇。指银行有追索权地购买出口商发运货物后提交的全套单据，即出口商发运货物后通过银行申请办理出口押汇，则可提前取得该笔出口货物款项下的应收外汇款项（通常为应收外汇款项的80%左右）。包括信用证项下出口押汇和跟单托收项下出口押汇。

五、市场风险

市场风险是指由于某种全局性的因素引起的投资收益的可能变动，这些因素来自公司外部，是公司无法控制和回避的。市场风险主要来自市场供给和需求的变化。我国改革开放30年，市场化进程极为迅速，无论是生产资料还是日用消费品，已经完成了从需大于供的卖方市场向供大于求的买方市场的过渡。

本项目产品是绿色食品，消费者应该能够接受，主要面临的问题就是产品质量和产品价格问题，这就要求企业努力加强科研，压缩成本，生产出更高效益、价格低廉的产品。

应对市场风险的对策

- 由管理层掌握全局，整体协调，避免区域偏差，同时加强对

市场研究，加强对市场规律的认识。

- 制定合理的销售价格，使产品价格既能保证企业收益，又能对用户有一定的吸引力，这样可使销售速度加快。
- 加强销售策略的执行度，加强营销队伍的培训管理，做好广告宣传提高企业品牌的知名度，加速销售速度，早日回笼资金，规避市场风险。

六、其它不可抗拒的风险

（一）风险因素

不可抗拒的风险主要指台风、火灾、水灾、地震等自然灾害，不受任何人为因素影响。

（二）控制措施

本公司将通过购买保险等方式规避一定风险，务求把风险降至最低，以避免这些自然灾害对公司在生产、运营等方面的损害。

第十章 投资的退出

一、资金退出

加盟本项目的资本可以采取下述方式之一投入和退出：

(1) 一般股本：与其它股东投入本项目的股本一样，按中国相关法律、法规（例如《中外合作经营企业法》等）和企业章程规定，享有权利和利益，参加企业分红，承担责任、义务和风险，其股本的投入、转让和清算均按相关法律、法规和企业章程进行。

(2) 风险投资性股本，如果其权益人（股东）要求在预定时间退出，按中国相关法律、法规规定，可以在企业章程中明确具体地规定这类性质股本的投入、转让和退出条件、时间方式和程序。

这类性质的股本，在按中国相关法律、法规及企业章程规定办理转让或退出前，同样享有其它股本享有的权利和利益，参加企业分红，承担责任、义务和风险。可以有以下几种形式：

第一，公开上市即首次公开发行(IPO，即 Initial Public Offering)。

IPO 通常是风险投资最佳的退出方式。IPO 可以使风险资本家持有的不可流通的股份转变为上市公司股票，实现盈利性和流动性，而且这种方式的收益性普遍较高；IPO 是金融市场对该公司生产业绩的一种确认，而且这种方式保持了公司的独立性，还有助于企业形象的树立以及保持持续的融资渠道。

第二，出售。出售包含售出和股权回购两种形式。售出又分一般

收购和第二期收购两种。风险企业上市（IPO）虽然是风险投资的黄金收割方式，但是由于风险投资支持的企业数量巨大，而市场容量有限，公开上市本身也存在前述的种种弊端，因此在实践中并不是采用最多的退出方式。

一般收购主要指公司间的收购与兼并。由于买方无需支付现金，因此较易找寻买家，交易灵活性大。但是收益较公开上市要低，且风险企业一旦被一家大公司收购后就不能保持其独立性，公司管理层将会受到影响。

第二期收购是指由风险投资公司将其所持有的风险企业的股权转让给另一家风险投资公司，由其接手第二期投资。如果原来的风险投资公司只出售部分股权，则原有投资部分实现流动，并和新投资一起形成投资组合；如果完全转让，则原有的风险投资公司全部退出，但风险资本并没有从风险企业中撤出，转换的只是不同的风险投资者，因此企业不会受到撤资的冲击。

股权回购，是指风险企业以现金的形式向风险投资基金回购本公司股权。风险资本可以拿到现金（或可流通证券），而不仅仅是一种期权，可以迅速地从风险企业中撤出；而且股权回购只涉及风险企业与风险投资方两方面的当事人，产权关系明晰，操作简便易行；并且可以将外部股权全部内部化，使风险企业保持充分的独立性，并拥有足够的资本进行保值增值。

第三，清算或破产。这是在风险企业未来收益前景堪忧时的退出方式。在所调研的 90 位风险投资专家中，没有一位专家选择采用破

产清算的方式来退出投资。固然，没有人愿意破产。但是风险投资的基本特点是高风险、高回报。

(3) 融资性股本，如果其权益人(股东)要求在预定时间退出，而且不愿意与企业其它股东同样承担责任、义务和风险，应当在投资入股本项目时，与其他股东协商并一致议定其可以享有的权利、利益(包括分红方式和比例)可以承担的责任、义务和风险，以及股本投入、转让和退出的条件、时间、方式和程序，并达成书面协议。

这类性质的股本，在应当享受的权利和利益，分红方式和比例，可以承担的责任、义务和风险，股东投入、转让和退出的条件、时间方式和程序等方面应按上述书面协议和企业章程相关条件条款办理。

第十一章 结论

某某公司,一直以来在种植、养殖及深加工领域不断地进行探索、研究,其所涉及的项目符合我国有关法律和相关产业政策,技术先进、成熟可靠,市场需求明显。

本商业计划书中,我们本着从实际出发,坚持实用、经济的原则,分别从风险及规避等方面论述其可行性,从本项目的技术、市场、产业化及经济效益等四个方面分别论述了项目经济价值,从流程、组织、战略的角度论述了项目的商务计划。从风险角度看,项目方属于扩大市场项目,风险结构合理、规避度低,可行性高;从技术方面来看,项目方拥有成熟的品牌、深厚的技术实力和管理资源来进行后期的产业化运作;从市场方面来看,项目产品相关行业正处于上升状态,从产业化方面来看,项目方拥有足够的人力、物力资源支撑起项目的进行,但仍需要财力支援;从经济效益来看,本项目的各项财务指标较好,可实现较好的经济效益。同时本项目的实施符合我国有关法律和相关政策,本商业计划书在充分考虑了竞争和风险因素,以及相关行业的技术特点、规模、赢利模式、渠道建设、产品维护方案、资金计划及筹措、项目的财务效益与国民经济、社会效益等重大经济问题之后,做出了完备的分析、计划及建议。

本项目完成后,回报高、利润高、投资回收期相对较短。企业经济效益、社会效益俱佳,企业发展前景极好。项目将为投资人带来丰厚的利润,是目前国内外不可多得的好项目。

综合以上内容，经我公司项目团队群策群力研究，建议投资，并给出了初步的商业计划。