

编制时间：2013 年 4 月

项目说明

项目名称：投资防腐涂料建厂合作　或　为防腐工程提供 OEM 防腐涂料配方合作

目标客户：对涂料市场或防腐工程市场有一定的了解 在涂料方面有相关渠道最好 有一定的资金 有投资合作的意向 有一定的涂料产品认识和兴趣爱好　有经营理念　如果合作开厂需要有厂房 有在手的防腐工程可以贴牌使用自我品牌的防腐涂料项目

合作说明：

第一合作人（资金，生产场所（厂房，小实验室），生产设备，办公室，相关手续等硬件）

第二合作人（配方，生产技术，技术方案与工厂公司生产办公制度，材料与工程报价，组建企业，营销策划企业经营一条龙等，包括后台技术支持-培训教材-说明书-网站建设-办公室组建-工厂组建

人员：外聘生产厂长 1 名，车间工人 5 名，技术员 1 名，业务员多名

合作投资策划：

投资概算表　　单位：万元

项　　目	人民币
磨机及配套设施	2
高速分散机	2
封口包装机	1
料桶倾倒机	0.5
过滤器	0.5
空压机	0.5
输送泵	0.5
移动缸	0.5
压盖器	0.5
安装运输	4
建筑、水、电、环保	5
营销网络	3
技术引进	0
不可预见费用	2
合计	14

初始总投资 **14 万元**。

1、计算分析：预计

（1）生产能力：单班年产 300 吨防腐涂料。

（2）成本预测：出厂价 18000 元/吨

其中每吨产品材料费 9000 元，固定资产综合折旧率为 8%。

（3）利润率=$\frac{18000[1-(A+B+C+D+E+F)]-G}{18000}$=35%

利润=18000×35%=6300（元/吨）

式中：A—上缴管理费 2%

B—销售广告费 2%

C—新技术开发基金 2%

D—运杂费 1%

E—奖金 2%

F—税金 1%

G—材料费+工资+企管费+折旧费+利息=9900 元

（4）投资回收期

投资回收期=$\frac{\text{总投资}}{\text{年净收益}}$ **=0.5 年**

盈亏平衡分析

盈亏平衡点产量 QE=$\frac{F_C}{P-C_V}$

式中 FC—固定成本

P—单位产品价格

CV—单位产品变动成本

QE=$\frac{F_C}{P-C_V}$

=37.8 吨

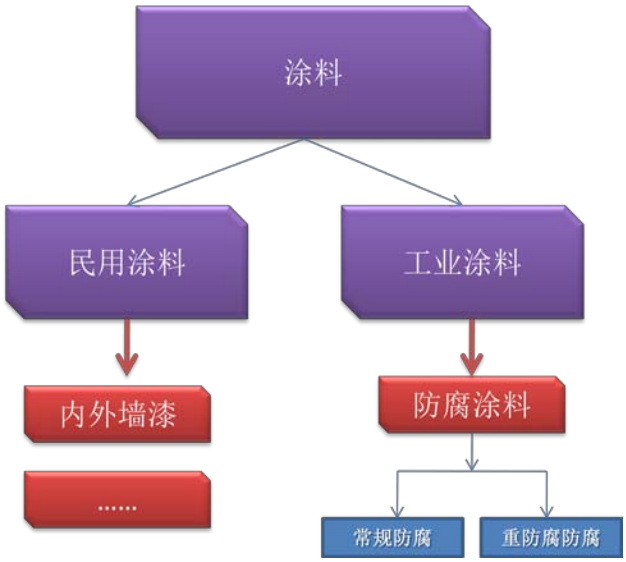
计算表明，只要本项目年产销 37.8 吨时，企业就可以不盈不亏

2、经济评价

综上所述，本项目投资少，见效快，能在较短的时期内收回投资，其经济效益与社会效益较好，投资本项目可行性高！

本产品（防腐涂料）基本知识

涂料市场上通俗说法为“油漆”
涂料可以分为两大部分：民用涂料和工业涂料。



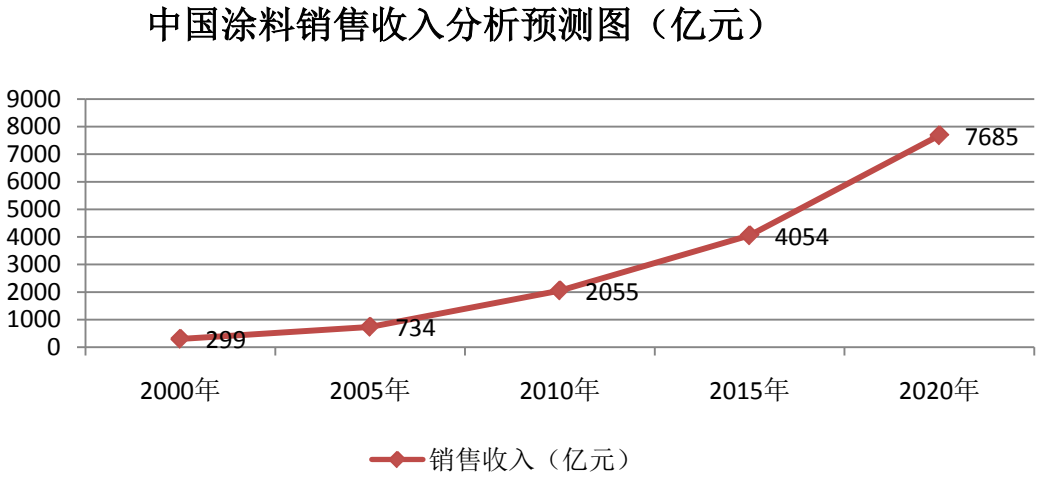
工业涂料不仅涵盖汽车涂料、建筑、冶金、制造、医药、交通、船舶和集装箱涂料、工业地坪涂料、道路标识系统涂料等众多领域，还包含在人们日常所使用的各种生活生产用品当中，例如家具、家电、生产设备，乃至一只小小的铅笔、一个铝制饮料瓶子等等。

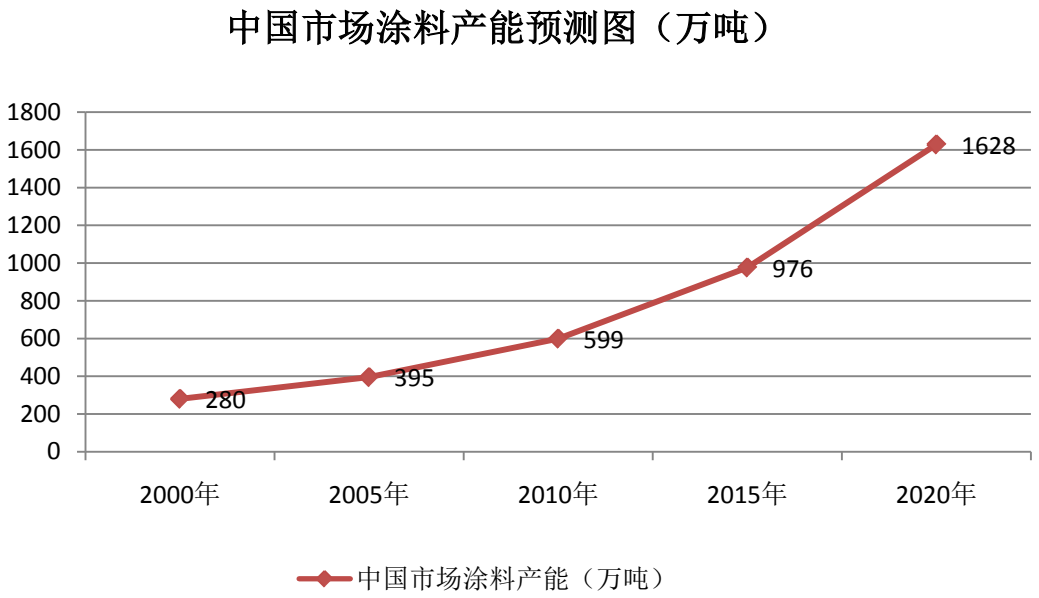
防腐涂料，一般分为常规防腐涂料和重防腐涂料，是油漆涂料中必不可少的一种涂料。常规防腐涂料是在一般条件下，对金属等起到防腐蚀的作用，保护有色金属使用的寿命；重防腐涂料是指相对常规防腐涂料而言，能在相对苛刻腐蚀环境里应用，并具有能达到比常规防腐涂料更长保护期的一类应用领域

防腐涂料应用领域主要有以下五个方面：
①新兴海洋工程：海上设施、海岸及海湾构造物、海上石油钻井平台；
②现代交通运输：高速公路护栏、桥梁、船艇、集装箱、火车及铁道设施、汽车、机场设施；
③能源工业：水工设备、水罐、气罐、石油精制设备、石油贮存设备(油管、油罐)、输变电设备、核电、煤矿；
④大型工业企业：造纸设备、医药设备、食品化工设备、金属容器内外壁、化工、钢铁、石化厂的管道、贮槽、矿山冶炼、水泥厂设备、有腐蚀介质的地面、墙壁、水泥构件。
⑤市政设施：煤气管道及其设施(如煤气柜)、天然气管道、饮水设施、垃圾处理设备等。

本产品目前市场分析：

1、中国涂料销售收入分析预测图（2000-2020 年）与中国市场涂料产能预测图（2000-2020 年）显示：中国今年经济发展迅猛，到 2020 年涂料需求量随中国强劲的发展潜力继续保持高速增长的趋势。

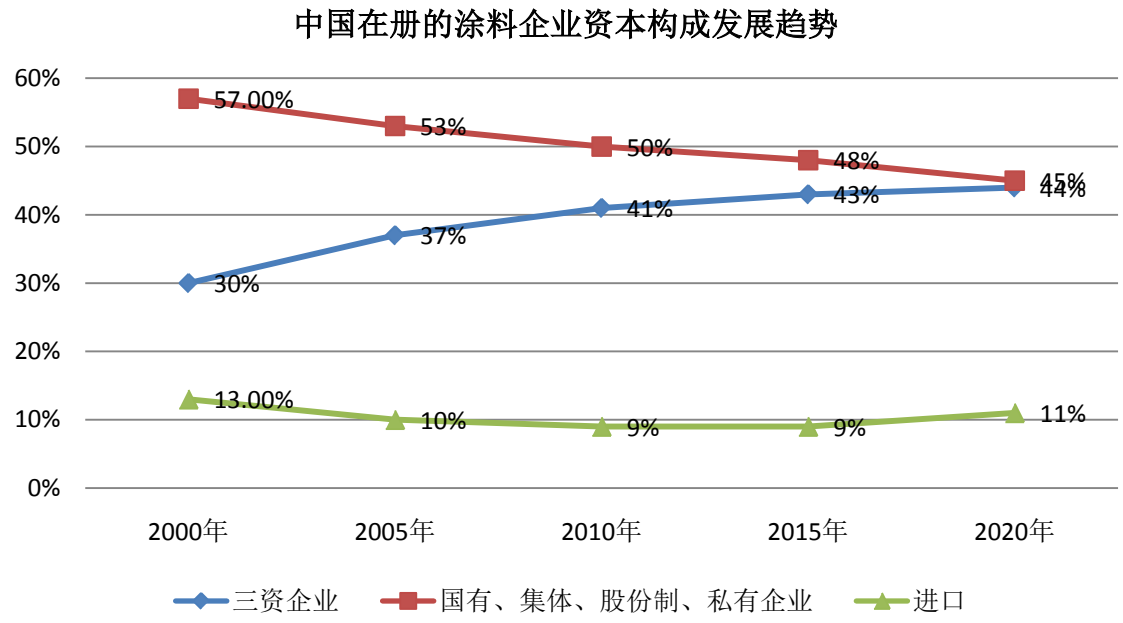




慧聪网报道：广东、上海、江苏三大涂料生产基地分别达到 308 亿元、209 亿元和 190 亿元，占全行业销售总额的 60%以上。以往涂料生产不发达地区的内蒙、贵州、宁夏也均超过了 1000 万元。

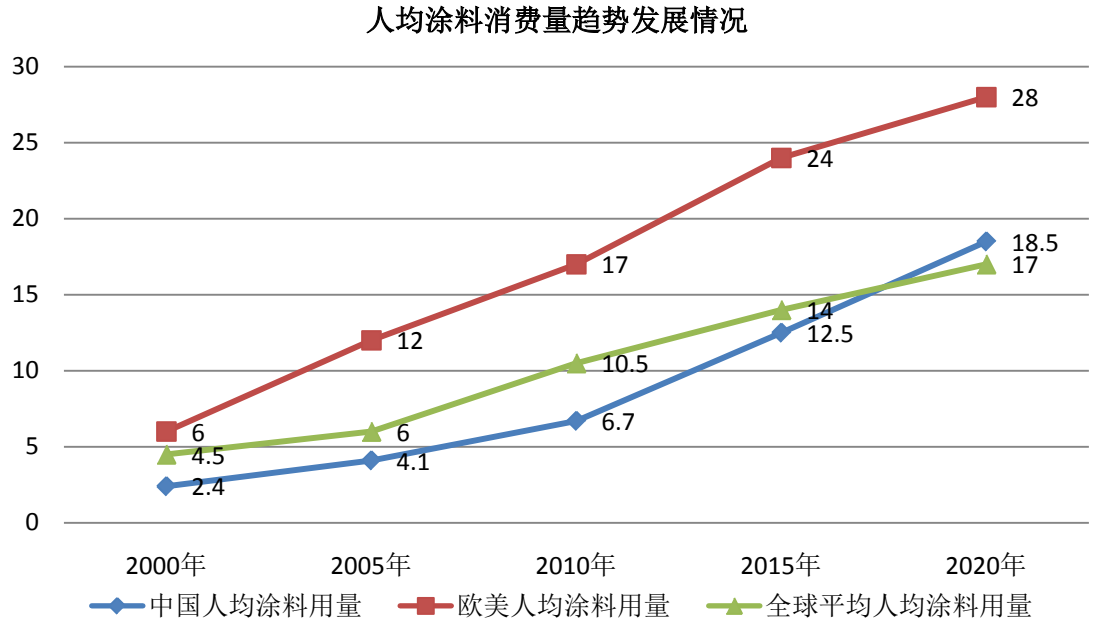
2、资本构成：

中国在册的涂料企业资本构成发展趋势图表显示：三资企业将逐渐发展成为推动中国涂料市场发展的中坚力量。



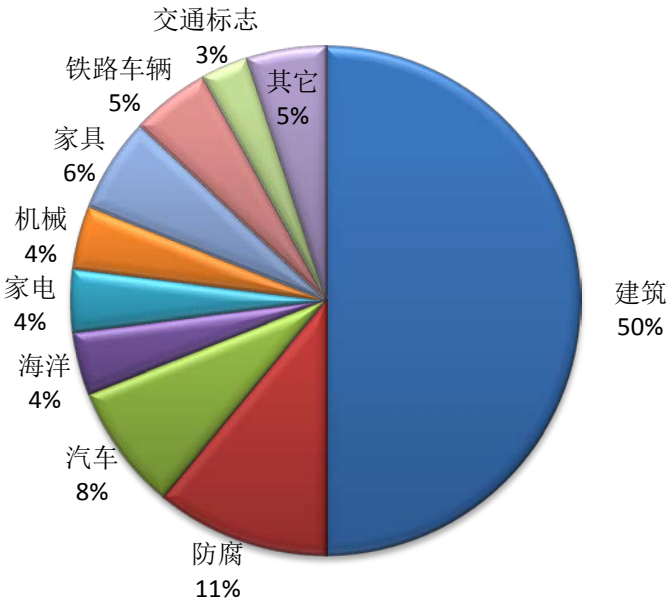
3、发展趋势：

有统计，2000 年，中国人均涂料消费量为 2.4 公斤，与发达国家比较差距很大。有关部门认为，今后 5-10 年内，随着涂料需求的不断增加，中国涂料市场规模将继续扩大，涂料消费量将以 7%以上的速度递增。



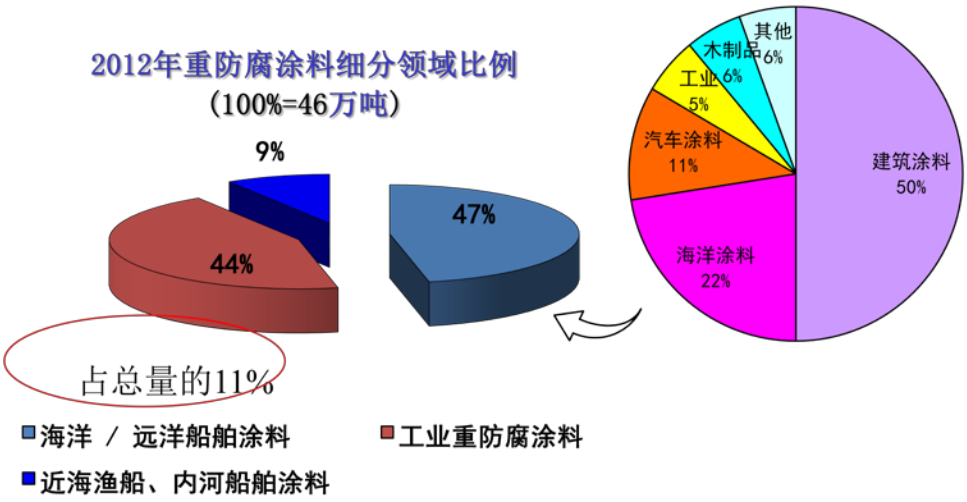
4、市场分布

涂料产品的市场占有结构分析图



其中：

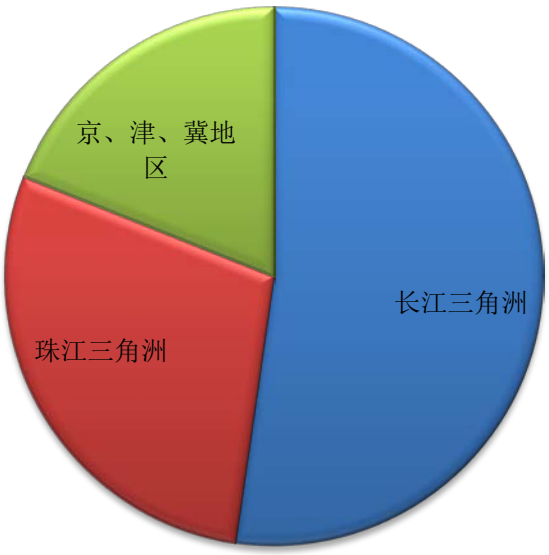
工业用的**防腐涂料在涂料行业中占约 11%**比例



5、工业涂料产能区域分布：

工业涂料的主产区主要分布在珠江三角洲地区、长江三角洲地区和京、津、冀地区， 2012 年工业涂料产能分布图

全国工业涂料产能分布图



区域划分

近年来，中国东部地区专业涂料生产基地和规模化涂料生产企业形成的步伐加快，促进了涂料行业技术水平和产品质量的提高。2012 年珠江三角洲地区、长江三角洲地区和京、津、冀地区占全国涂料总产量的 76.5%。



市场规模及发展预测：

2012 年我国工业涂料的市场规模约为 160 万吨，预计到 2015 年我国工业涂料的市场规模将达到 195 万吨的水平。

其中**防腐涂料的市场规模将达到 63 万吨，是各细分品种中增长最快的产品。**

市场细分

1. 中大型项目工程。这是中国涂料市场最庞大最隐蔽的市场。
2. 钢结构工程、化工厂、石油，电厂，家电产业等企业用户；
3. 防腐工程公司、技术科技等公司。
4. 外贸公司。
5. 分销。过去十年，多数涂料经营者通过分销从万元户到千万元户。
6. 专卖店。虽然销量少但利润可观。守住个店就有可能养活几代人。

营销模式

关系营销：

这种涂料企业营销模式采用“油工市场”的路子，即走工程　队、装修公司等买家的路子，通过回扣来笼络住这些人，将涂料捆绑到工程里，　　最终销售到消费者手里。

多品牌营销策略：

这种涂料企业整合了一条新的营销路子，即“铺底代理”：当客户汇来货款后，厂家会发出超过货款价值约 30%左右的货，其中这 30%的货款要等到对方不想做这个牌子时才能收回。这种新的营销办法后来被广泛采用，从而使广东涂料迅速占领国内市场。

新的营销观念：

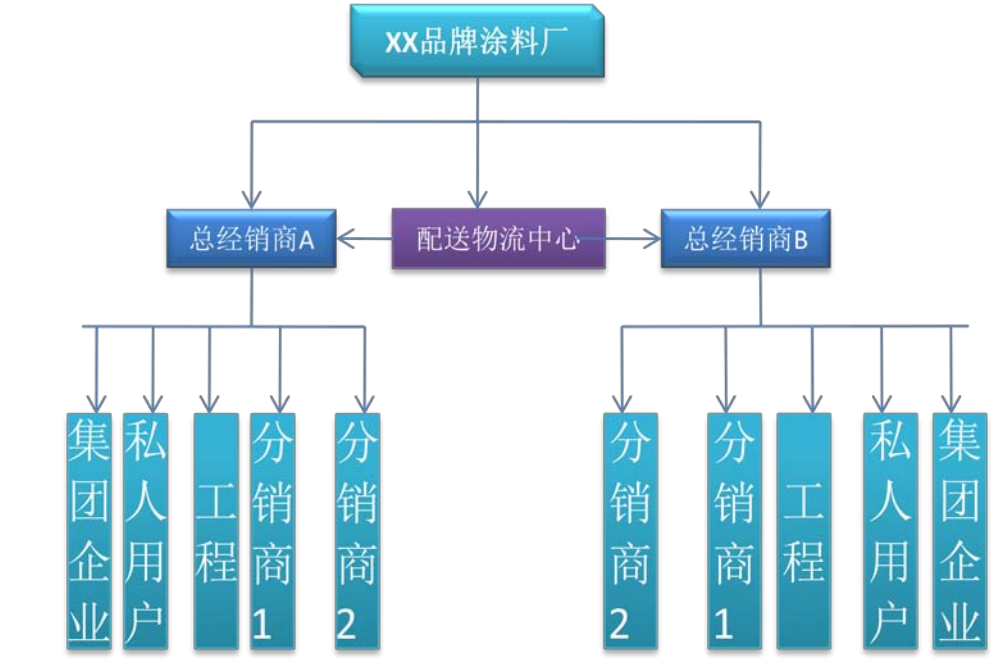
今后涂料营销应迅速转型到品牌营　销上来，企业应针对不同的市场，准确定位。同时更新营销观念，做好售前售后服务，除了打质量牌之外，更要打好服务牌，才能赢得消费者的青睐和信任。

分销模式

国内涂料企业销售以代理为主，并通过设立品牌专卖店和地区服务中心，着重加强品牌的宣传和售后服务。

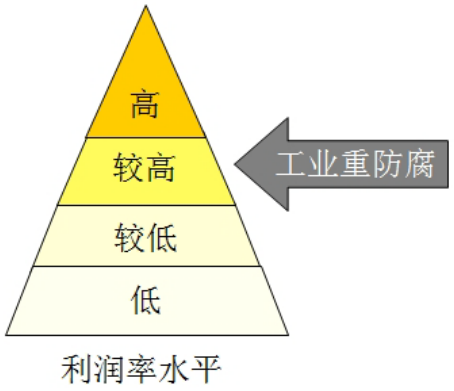
分销渠道	销售方式
分销	通过各地代理销售
专卖	设立专卖店
直销	厂家设立地区服务中心直接销售

国内典型的分销模式



由于

工业重防腐的技术服务要求很高，销售则多数采用直销方式，因此生产厂商的毛利率也较高!!



- 利润率特点：
  - 在涂料行业内相对较高
  - 相对稳定
- 原因分析：
  - 厂商常与客户有稳定的业务关系
  - 厂商采用直销方式，获取从生产到销售的两个层次的利润
  - 研发技术、销售服务能力要求较高
  - 客户行业的支付能力较强，坏帐较少

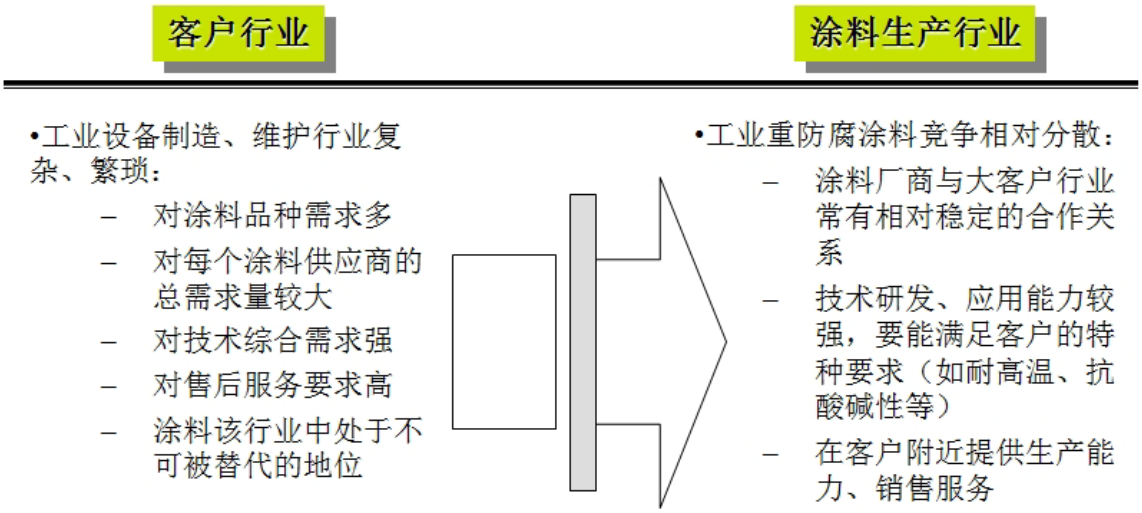
用户

介值分布

毛利水平

工业重防腐涂料客户特点：

厂商相对分散，与客户行业对每个涂料厂商的需求量较大和品种较多的特点相关



我们的优势

有高质量的防腐涂料配方和丰富的营销经验

来吧！我在等待你的加入，详细联系办法：

地址：浙江台州

电话：18608833150

EMAIL:1354431611@qq.com