

重点城市布局项目 可行性研究报告

江苏三六五网络股份有限公司
二零一二年四月

目 录

第一章 投资概况.....	3
一、 项目名称	3
二、 项目概况	3
三、 投资主体	3
第二章 项目投资的必要性和可行性分析	6
一、 项目建设的必要性分析	6
二、 项目建设的可行性分析	6
第三章 项目投资方案	8
一、 项目投资总额	8
二、 项目建设地点	8
三、 项目组织架构	8
第四章 项目风险分析及对策.....	11
一、 项目风险因素	11
二、 应对风险的对策	11
第五章 项目效益评价	12
一、 经济效益评价	12
二、 社会效益评价	13
第六章 项目可行性分析结论	13

第一章 投资概况

一、项目名称

“重点城市布局”项目。

二、项目概况

为实现江苏三六五网络股份有限公司（以下简称“公司”或“三六五网”）外延式扩张的战略目标，三六五网计划与西安华商广告有限责任公司共同出资设立陕西三六五网络有限公司（以下简称“陕西三六五”），注册资本为1000万元，其中三六五网出资680万元，占68%股权，西安华商广告有限责任公司出资320万元，占32%股权。

与重庆华博传媒有限公司共同出资设立重庆三六五网络有限公司（以下简称“重庆三六五”），注册资本为1000万元其中三六五网出资680万元，占68%股权，重庆华博传媒有限公司出资320万元，占32%股权。

与辽宁盈丰传媒有限公司共同出资设立辽宁三六五网络有限公司（以下简称“辽宁三六五”），注册资本为1000万元，其中三六五网出资680万元，占68%股权，辽宁盈丰传媒有限公司出资320万元，占32%股权。

与吉林华商传媒有限公司共同出资设立吉林三六五网络有限公司（以下简称“吉林三六五”），注册资本为1000万元，其中三六五网出资680万元，占68%股权，吉林华商传媒有限公司出资320万元，占32%股权。

上述四家合资公司（以下简称“合资公司”）将立足本地市场，主要从事西安、重庆、沈阳、长春等地区的房地产、家居行业互联网业务。凭借对三六五网现有成熟产品和运营模式的复制及精细化运作体系的延续，通过各地三六五地产家居网的平台，为本区域的消费者以及房产、家居行业提供及时、准确、全面的网络媒体服务，实现平台内在价值向实际收入最大程度的转换，为三方获得满意的投资收益。

三、投资主体

1、控股方：江苏三六五网络股份有限公司

江苏三六五网络股份有限公司，成立于2006年1月，致力于打造以“家”为核心的网络服务产业链。公司长期坚持“专业出击，整合发力”的营销理念，致力于成为消费者幸福安家首选网络平台。

公司拥有一支高素质的专业管理团队，截至2012年3月，已有行业资讯、网络营销、产品研发、技术维护、综合管理等岗位员工近1000人。公司具备较强研发能力，拥有多项自主开发的知识产权，并被评为江苏省高新技术企业。

公司全面部署企业战略，用心关注社会民生，认真履行社会责任，力争用自身的实践走出行业的标准，为整个社会的幸福和国民经济的发展做出有力的贡献。

365地产家居网（www.house365.com）隶属于江苏三六五网络股份有限公司，是一家致力于为客户提供买房、卖房、装修、生活等一体化网络综合服务的网站。网站总部位于南京，目前主要由南京站，苏州站、昆山站，无锡站、合肥站、芜湖站、杭州站、常州站等八个分站组成，业务覆盖江苏、安徽、浙江等长三角地区。

2、参股方：

西安华商广告有限责任公司

西安华商广告有限责任公司注册资本5000万元，实收资本5000万元，法定代表人刘东明，主要从事国内各类广告的设计、制作、代理、发布；该公司取得《华商报》的经营性业务的三十年独家经营权。该公司股权结构为：

序号	股东名称	持股比例%
1	陕西华商传媒集团有限责任公司	80.00
2	西安吉力投资发展有限公司	10.00
3	新疆锐聚股权投资合伙企业（有限合伙）	10.00

该公司住所为西安市高新区火炬大厦八层。

近三年公司经营正常且持续盈利，2011年西安华商广告有限责任公司实现营业收入74,297.12万元，净利润30,507.04万元，净资产27637.34万元。

重庆华博传媒有限公司

重庆华博传媒有限公司注册资本2000万元，实收资本2000万元，法定代表人周怀忠；主要从事设计、制作、发布、代理国内各类广告；该公司取得《重庆时报》的全部经营性业务的三十年独家经营权。该公司的股权结构为：

序号	股东名称	持股比 例%
1	陕西华商传媒集团有限责任公司	85.00
2	西安吉力投资发展有限公司	15.00

该公司住所为重庆市九龙坡区九龙园区剑龙路1号。

近三年公司经营正常，营收不断增长，09年由于设立初期出现亏损，至2011年已经扭亏为盈。2011年重庆华博传媒有限公司实现营业收入30,698.99万元，净利润326.03万元，净资产 273.97万元。

辽宁盈丰传媒有限公司

辽宁盈丰传媒有限公司注册资本2000万元，实收资本2000万元，法定代表人周怀忠；主要从事设计、制作、发布、代理国内各类广告；传媒信息业的投资开发、管理；该公司取得《华商晨报》的全部经营性业务的三十年独家经营权。该公司股权结构为：

序号	股东名称	持股比 例%
1	陕西华商传媒集团有限责任公司	85.00
2	西安吉力投资发展有限公司	15.00

该公司住所为沈阳市皇姑区崇山东路71号。

近三年公司经营正常且持续盈利，2011年辽宁盈丰传媒有限公司实现营业收入30,122.39万元，净利润1,542.23万元，净资产2832.11万元。

吉林华商传媒有限公司

吉林华商传媒有限公司注册资本2000万元，实收资本2000万元，法定代表人刘东明，主要从事传媒信息业的投资、开发、管理、营销策划及咨询服务；设计、制作、代理、发布国内各类广告业务；该公司取得《新文化报》的全部经营性业务的三十年独家经营权；该公司股权结构为：

序号	股东名称	持股比 例%
----	------	-----------

1	陕西华商传媒集团有限责任公司	85.00
2	西安吉力投资发展有限公司	15.00

办公场所为长春市朝阳区宽平大路与红旗街交汇处都会大厦B座。

近三年公司经营正常且持续盈利，2011年吉林华商传媒有限公司实现营业收入28,410.69万元，净利润5,023.89万元，净资产3882.26万元。

第二章 项目投资的必要性和可行性分析

一、项目建设的必要性分析

(1) 本项目是行业市场竞争加剧下的必然选择

全国扩张策略符合行业发展的一般规律，是公司长期发展的需要。目前我国房地产家居网络营销服务行业尚处于从市场逐步规范到市场集中度提高的过渡阶段，搜房、新浪乐居等行业领先企业都在加快全国布局的步伐，公司的重点城市扩张项目是在行业市场竞争加剧下保持公司市场地位的必然选择。

(2) 本项目有利于巩固公司市场地位

本公司经过几年的努力，在南京、苏州、杭州、合肥、无锡、芜湖、常州等长三角地区主要城市已经取得领先地位。本项目的实施将会通过新建西安、重庆、沈阳和长春分站，开拓西南、西北和东北市场，进一步提升公司在全国房地产家居网络营销业务市场地位。

(3) 布局四地市场是增加公司盈利的重要举措

公司除了对于现有长三角市场的精耕细作之外，外延式扩张是增加公司盈利的重要举措之一。拟拓展城市市场空间巨大，市场环境良好，布局符合公司未来的战略规划。通过三六五网现有成熟商业模式的复制以及参股方资源的整合，合资所运营的365地产家居网西安站、重庆站、长春站和沈阳站平台将很快实现资源积累和价值转换，有力提升公司整体的盈利能力。

(4)、变更重点布局城市部分实施地点的主要原因是：

首先，变更实施地点是从市场状况出发。随着互联网普及率提高和城市化率提升，沈阳、长春等东北地区房地产家居市场比较活跃，对房地产家居网络营销服务已有一定认识，房地产家居网络营销市场已进入成长初期，相比上海这种相对成熟的市场，未来市场潜力更大，增长速度更大。

其次，中西部和东北地区的市场拓展对公司发展更具有紧迫性，目前我国房地产家居网络营销服务行业尚处于从市场逐步规范到市场集中度提高的过渡阶段，搜房、新浪乐居等行业领先企业都在加快全国布局的步伐。优先选择中西部和东北市场，是保持公司市场地位的必然选择。

第三，在沈阳、长春等地可以获得华商传媒等公司的战略合作支持，可以在有效地缩短导入期。

第四，变更实施地点有利于提高募集资金使用效率。沈阳和长春的市场需投入的人工成本、房租、运营成本等相对较低，开拓新市场的所需导入期相对较短。

上海因其具有巨大的市场容量，且人才集聚，仍是对公司未来发展有战略意义的市场，因此，拟将其纳入后续超募资金投资方向。

(5)、采取合资方式的主要原因是：

一方面四个合资方及其控股股东华商传媒在上述四个城市已具有一定的影响力，且均取得四地主要媒体经营性业务的三十年独家经营权，我司在进入这四个城市市场拓展初期可以获得一定程度的支持，可以借助合资方的影响力和资源优势缩短导入期。另一方面，可节约募集资金投入金额，有利于拓展更多市场。

二、项目建设的可行性分析

(一) 各区域房地产家居市场活跃且规模较大

1. 西安房地产家居市场概况

2009年至2011年，西安商品房市场房地产市场总体较为平稳，尽管2011年受限购令等国家政策调控的影响，西安商品房市场成交量出现下降，但降幅低于一线城市和东部沿海主要城市。

2009年-2011年西安商品房市场概况

年份	2009	2010	2011
商品房住宅均价（元/平米）	4701	6003	6415
商品房住宅销量（万平米）	1217.82	1248.31	934.62

截至目前，西安房地产市场在售楼盘近400个，新盘未开盘项目近240个。

而从土地市场情况看，2009年至2011年，西安房地产一级市场稳步增长，显示了开发企业对未来西安房地产市场的信心。

2009年-2011年西安房地产市场土地成交数据

年份	2009	2010	2011
----	------	------	------

土地成交（万平方米）	696.24	744.47	891.85
------------	--------	--------	--------

2. 重庆房地产家居市场概况

2009年至2011年，西安商品房市场房地产市场总体较为平稳，尽管2011年受限购令等国家政策调控的影响，但销量仍有1500万平以上，高于南京。

2009年-2011年重庆主城区商品房市场销售情况

年份	2009	2010	2011
商品房均价（元/平方米）	4553	5975	6801
商品房销量（万平方米）	2120	2236	1543.87

2009年至2011年，重庆房地产一级市场运行稳健，有力保障了重庆房地产市场的开发量，同时也从侧面反映出了房地产市场对于媒体营销需求的旺盛。

2009年-2011年重庆房地产市场土地成交数据

年份	2009	2010	2011
土地成交（万平方米）	795	684.21	791

3. 沈阳房地产家居市场概况

2009年至2011年，沈阳商品房市场较为稳健，均价和销售量稳步增长。

4. 2009年-2011年沈阳商品房市场销售情况

年份	2009	2010	2011
商品房住宅均价（元/平方米）	4493.67	5410	5586
商品房住宅销量（万平方米）	1423	1336	1603

2009年至2011年，沈阳土地市场稳步增长，有力保障了沈阳房地产市场的开发量。

5. 2009年-2011年沈阳房地产市场土地成交数据

年份	2009	2010	2011
土地成交（万平方米）	1543.7	1462.3	1677

4、长春房地产家居市场概况

2009至2011年长春房地产市场

2009年-2011年长春商品房市场销售情况

年份	2009	2010	2011
商品房住宅均价（元/平方米）	4860	5980	6278

商品房住宅销量（万平米）	561.5	532.6	447.8
--------------	-------	-------	-------

2009年至2011年，长春土地市场成交稳步增长，有力保障了长春房地产市场的开发量。

2009年-2011年长春房地产市场土地成交数据

年份	2009	2010	2011
土地成交（万平米）	327.27	479.82	513.76

（二）网络媒体所占的市场份额不断提高，市场空间巨大

随着网络环境的不断改善，网络媒体对传统营销的替代性在不断加强，近年来广告投放从传统纸质媒体向网络媒体转移的趋势愈发明显，利用网络渠道进行推广营销的方式在不断被房地产企业所认知采用；同时，消费者也越来越依赖网络媒体，通过网络媒体及时准确地了解和收集相关信息。2009年至2011年，四城市房地产行业网络营销费用飞速增长，市场份额也不断扩大。

尽管如此，2011年各地房地产市场网络营销费用仅占据了整体营销费用（估算值）的10%~13%，由此可见，网络营销在未来几年有着广阔的市场空间和持续的发展潜力。

2009年-2011年西安网络营销费用情况

年份	2009	2010	2011
网络营销费用（万元）	3200	5700.	8400
整体营销费用（万元）	60000	75000	75000
网络营销费用占比%	5.33	7.6	11.2

注：因网络营销费用和整体营销费用缺乏第三方公开数据，上述数据系根据公开数据整理和估算的数据，下同。

2009年-2011年重庆网络体营销费用情况

年份	2009	2010	2011
网络营销费用（万元）	6000	8500	15000

整体营销费用（万元）	100000	135000	120000
网络媒体营销费用占比%	6	6.3	12.5

2009年-2011年沈阳网络营销费用情况

年份	2009	2010	2011
网络营销费用（万元）	3500	5300	8600
整体营销费用（万元）	65000	75000	85000
网络营销费用占比%	5.38	7.07	10.12

2009年-2011年长春网络营销费用情况

年份	2009	2010	2011
网络营销费用（万元）	1700	3200	6300
整体营销费用（万元）	35000	48000	52000
网络营销费用占比	4.86	6.67	12.12

合资公司成立后，将专注于为客户提供买房、卖房、装修、生活等一体化网络综合服务，打造以“家”为核心的网络服务产业链，致力于成为消费者幸福安家首选网络平台。目前，四城市网络媒体飞速增长，市场份额也不断扩大，但在房地产行业的营销中占比仍然不高，在整个行业处于快速的上行通道时，市场潜力巨大。同时，网络媒体对于传统营销的替代性越发凸显出来，越来越多的营销费用从传统媒体向网络媒体进行转移和倾斜，由此可见，布局这些重点城市不仅有着很好的市场基础，更有巨大的市场空间可以发展。

（三）三六五网的业务积累为项目成功实施提供有力保障

三六五网自成立之初便致力于为我国房地产和家居消费者提供行业资讯、产品信息搜索和查询等服务，同时帮助房地产和家居企业应用互联网进行产品推广和销售。公司专注服务于房地产和家居行业，在商业模式、人才体系、客户资源、资讯整合、经营管理等方面均具有突出的优势。公司成熟商业模式的复制和成熟管理体系的运用为四地，项目的成功实施提

供了有力的保障。

（四）合作伙伴的资源与业务能力为项目成功提供支撑

本项目的合资方均系陕西华商传媒集团有限责任公司（以下简称“华商传媒”）下属在四地从事媒体广告业务的公司，已在四地经营多年，了解当地市场与受众，影响力覆盖能力当地均名列前茅，且与主要媒体签有经营性业务独家经营权，可以为合资公司在各地的业务开展尤其是进入初期时提供有效支持、可以为公司项目的成功实施提供了很好的支撑作用。

第三章 项目投资方案

一、项目投资总额

项目投资总额为2720万元，其中三六五网以募集资金出资2720万元，在四个合资公司中分别投资680万元，股权占比均为68%。

二、项目建设地点

陕西三六五拟设立于西安，利用西安的地理优势，扩大公司在西北区域的知名度。重庆三六五拟设立于重庆，利用重庆的地理优势，扩大公司在西南区域的知名度。辽宁三六五拟设立于沈阳，吉林三六五拟设立于长春、利用沈阳、长春的地理优势，扩大公司在东北区域的知名度。

三、项目组织架构

为确保顺利运作，公司实行董事会领导下的总经理负责制，董事会由3名董事组成，其中三六五网委派两名董事，其中一名为董事长，合资方委派一名董事，并任副董事长。

合资公司均拟设总经理一名，由董事长推荐，董事会聘任；总经理的职权由公司章程规定，对总经理和经营层按董事会确定的经营计划指标和预算考核。副总经理根据业务情况而定，由董事会对社会公开招聘，择优录用。

财务负责人由由董事长推荐，董事会聘任。

合资公司的人员、财产等与股东独立。

第四章 项目风险分析及对策

一、项目风险因素

（一）房地产行业宏观调控带来的经营风险

公司专注服务于房地产家居行业，致力于为我国房地产家居行业提供行业资讯，产品信息搜索和查询等免费服务，以降低其交易成本，同时帮助我国房地产企业应用互联网进行产品推广和销售，因此房地产的发展状况会对经营业绩产生一定程度的影响。房地产是典型的周期性传统行业，其比较容易受到国家宏观调控的影响，宏观调控一旦趋紧，会使房地产行业交易量下滑。尽管从本行业最近几年的发展状况来看，其受房地产行业周期性影响较小，以本行业主要收入来源网络广告为例，我国房地产市场2004年、2006年、2008、2010年和2011年受到国家宏观经济调控的影响，房产网络广告费用却仍然保持高速增长，但是如果国家对公司下游房地产行业宏观调控出现以下两种极端结果，可能会对发行人经营业绩产生不利影响，一是国家宏观调控过松，房价上涨过快，投机投资行为过度，造成供不应求，开发企业此时在营销推广上不会太多投入。二是国家调控力度过大，使房地产行业过度低迷，大批企业出现倒闭，企业将缺乏资金进行营销推广，或使得发行人应收账款无法收回，形成坏账。

（二）人力资源风险

作为第三方房地产网络营销服务提供商，公司的快速成长很大程度上取决于能否准确判断技术发展趋势及迅速应对市场变化，公司对高水平的电子商务人才、互联网技术运用与开发人才、营销人才、管理人才等有较大需求。随着市场竞争的加剧，国内相关行业对上述人才的需求也日趋增加。

募集资金投资项目实施风险

（一）实施风险

本次募集资金拟投向房地产家居网络营销服务平台升级项目、重点城市布局项目、技术中心建设项目以及三六五学院项目。这些投资项目是根据公司现有业务良好的发展态势和经过充分市场调查的基础上提出的，并且公司在核心技术、市场开

拓、人员安排等方面经过精心准备，这些项目若能得到顺利实施将会对公司增强研发能力、提升服务品质、提高市场占有率、以及增加品牌价值均产生较大的作用，可以进一步提高公司核心竞争力和盈利能力。但这些项目在实施过程中，存在项目的建设周期被延长、项目因市场情况变化达不到预期效果等不确定因素，从而影响本次募集资金投资项目预期收益的实现。

（二）固定资产折旧大量增加影响未来业绩的风险

由于本次募集资金投向包括房产、电子设备等固定资产，在募集资金投资项目建成后，公司将会每年增加大量固定资产折旧，如果募集资金投资项目不能产生预期收益，这将对公司未来效益造成一定压力。

二、应对风险的对策

公司以不断发展变化的客户需求为中心，积极开发新的服务品种、探索新的服务方式，不断提升公司的社会形象和经济效益：

（一）服务、产品和技术创新计划

针对房地产开发企业的需求，大力发展整合式网络营销服务。通过网络平台营销基础服务和增值服务的有效组合，综合运用多种营销手段，提供一整套房地产项目网络营销解决方案。一方面改变房地产开发企业对传统营销手段和渠道的依赖，满足房地产企业降低项目营销成本，提升营销效果的需求，另一方面也通过房地产整合式网络营销服务对传统营销手段和渠道的部分替代，使本公司快速扩大在整个房地产营销体系中的市场份额。

（二）网络营销体系的建设和市场开发计划

随着房地产市场的发展和竞争的日趋激烈，房地产企业对专业化营销服务需求日益增加，对营销手段的要求也日益多样化。为了能够更好地为顾客服务，公司将整合现有营销体系，加强对于电商产品的推广和投入，通过整合后台营销支持系统，及时、全面地了解客户的需求信息和产业发展趋势，提高企业的运作效率；进一步理顺公司市场部和各重点布局城市营销部门的关系，加快企业内部信息流通，建立更加高效的营销服务网络，提升服务质量，提高客户的忠诚度。

另外，公司将全面实施三六五网的品牌战略，结合现有的产品和服务，加大广告投放和公关策划，提升公司形象，提高公司的品牌的知名度和美誉度，增强企业市场竞争力。

（三）人力资源发展计划

公司一贯认为人才是公司发展和创新的关键因素，人力资源发展是整个公司业务发展的基石与保障。为了实现公司的战略目标和经营目标，配合公司业务拓展，公司将不断完善用人制度，健全选才、培训、用才、留才的机制。

公司将成立三六五学院，根据员工的岗位和个人规划，为员工提供企业文化、专业技能等全方位培训。并与有关院校、研究机构合作，进一步加强公司培训体系建设，强化员工的业务培训，提高员工的技术水平。

公司将完善员工奖惩、任用机制，为优秀员工提供良好的发展空间，增强公司的整体凝聚力；为高级管理人员和核心技术人员提供有竞争力的薪酬，稳定公司核心团队。

第五章 项目效益评价

一、经济效益评价

营业收入预测：

年份	建设期	1	2	3	4	5	6
西安	300	1000	2000	2800	3640	4550	5687.5
重庆	100	800	1500	2100	2730	3412.5	4265.625
沈阳	0	600	1200	1680	2184	2730	3412.5
长春	0	400	800	1120	1456	1820	2275
合计	400	2800	5500	7700	10010	12512.5	15640.63

平均人员规划

	建设期	1	2	3	4	5	6
西安	45	65	85	100	110	125	140
重庆	40	60	70	80	90	100	110
沈阳	30	50	55	65	75	80	90
长春	20	40	45	55	65	70	80

自由现金流

	建设期	1	2	3	4	5	6
FCF	-320.91	294.42	1245.36	1865.14	2229.12	2636.71	3228.93

项目投资财务内部收益率约为34%（税后），投资回收期为4.41年（税后，含建设期1年），财务净现值4918万元（税后，ic=10%）大于零。财务指标表明，本项目在实现预期投入产出的情况下，在财务上可以接受，能按时收回投资，有较好的经济效益，且与原方案相比，回收期有所缩短和收益率有所提高。

二、社会效益评价

1、提供更多的就业机会

在就业方面，本项目达产后，可为社会直接和间接提供多人就业机会。

2、有利于我国相关行业的发展

合资公司的设立，将有效扩大我国房地产家居网络媒体行业在西南、西北以及东北地区的影响力，充分满足市场需求，有利于相关行业的发展。

第六章 项目可行性分析结论

1、本项目具有良好的经济效益和社会效益，符合当前国家政策要求和市场需求快速扩张的需要，符合三六五网广大投资者的根本利益。

2、本项目的实施有助于三六五网迅速扩大在全国的行业市场份额，有利于提高公司在房地产家居网络媒体行业的综合竞争力。

综上所述，该项目实施的行业基础好，投资风险较小，经济和社会效益良好，因此该项目是可行的。