

## 大学生农业创业计划书模板（通用 6 篇）

### 大学生农业创业计划书模板（通用 6 篇）

现如今，很多情况下我们都会接触到创业计划书，创业计划书提供了企业的现状和未来发展的方向，也为企业提供了良好的效益评价体系和管理监控指标。想学习拟定创业计划书却不知道该怎么请教谁？下面是小编帮大家整理的大学生农业创业计划书模板，仅供参考，希望能够帮助到大家。

#### 大学生农业创业计划书 篇 1

随国民经济的持续、健康发展，我国进入了快速城市化的阶段，城市居民大量增加，城市居民的消费水平也不断提高，给我国的农业提出了更高标准的要求。本高效生态农业、农家乐项目试图通过生态、高效农业同农村旅游文化产业的结合，探索我国农业、农村发展的新路子。

##### 一、项目介绍

本项目是以生态农业为基础，合理布局水产、林地和经济作物；以民俗文化为先导，加强项目的文化、教育功能；以休闲设施、农家乐为核心，吸引城市居民到项目中进行体验式消费。打造一个集农业生产、农村旅游文化于一体的大型现代农业旅游业庄园，成为扎根，辐射半岛的城市居民假日短途休闲旅游目的地。

##### 二、市场调研和分析

本项目涉及的产业有高效生态农业、农家乐、现实版“开心农场”以及户外运动。

现在高效生态农业已经形成气候，尤其在城市的大型超市中，有机蔬菜和绿色肉蛋奶受到市民的欢迎，随着市民消费水平和对食品安全重视程度的提高，高效生态农业的前景势必更加广阔。

农家乐作为市民假日近途旅游的目的地，今年来一直非常火爆。但这一市场目前还比较混乱，经营者更新比较快，很难见到规模大、服务好、持续时间比较长的经营者。这一市场还留给像本项目这样的后来者很大的空间。

现实版“开心农场”是近年来兴起的新事物，主要有“自理式”和“托管式”两种经营方式，在 xx、xx 等北方大中城市的 xx 区已经有了很好的发展，在 xx 区也取得了初步的成功。现实版“开心农场”起初本是城市居民为了放松身心、体验生活的一种休闲方式，在通货膨胀预期加大的情况下，又有了降低生活成本的因素，它的发展应该是“方兴未艾”！

这里的户外运动主要的是素质拓展训练，是现在各大政府机关、企事业单位、高中专院校和户外俱乐部非常流行的培训方式。

本项目涉及的行业都已经有了成功的案例，我们是后来者；但是将这几个产业整合在一起的项目少之又少，我们又成为了这个细分交叉市场的先到者，拥有比较广阔的市场前景。

### 三、生产和营运计划

我们在辛兴镇西公村考察了一块项目拟用地，此地由三位农民集体经济组织成员承包 20 年，这三位承包人对土地的开发利用有着极大地热情和兴趣，此地有几个大小不等的池塘和两条由水库引出的水渠，土地部分已经种植了数目可观的白杨树，树龄大多在五年以下，池塘中野生泥鳅比较多，但是此地交通略显不便，只有便道与外界沟通，不适合大型汽车和机械的进出。

以此地为例，我们的营运计划可以简单的概括为两个阶段。第一阶段，进行基础设施建设，此次建设以道路整修为主要内容，使项目拟用地与外界有比较畅通的联系。利用当地的自然条件，主要发展水产养殖业。科学布局水产养殖格局，主要发展甲鱼、泥鳅养殖业，同时开展垂钓业务，吸引垂钓爱好者前来垂钓，初步发展以特色餐饮为重点的农家乐。这一阶段主要目的的一是为了积累资本进行第二阶段大规模的基础设施建设，二是摸索经营经验。第二阶段，在积累充足资金后，进行大规模基础设施建设，主要是道路、餐饮、住宿设施的建设。现在农家乐项目无法做大规模的很大一部分原因是基础设施无法满足市民的要求。因此，此阶段的基础设施建设既要高标准严要求，又要结合当地实际。考虑到本项目的主要客户是城市白领和中产阶级，餐饮和住宿设施的建设 and 营运参照快捷酒店为宜。同时，增加户外运

动项目，比如素质拓展训练设施和真人 CS 设施等。在生态高效农业方面加大投入，建设精品菜基地，生态养鸡、养猪，不仅做到食品原材料的自给自足，而且可以支撑产品的对外销售。当然，其中预留一部分土地给现实版“快乐农场”所用。本项目的长期规划甚至可以引进沼气技术，农场内部各部分间互相联系，互为支撑，形成一个闭合循环、和谐有序的统一整体。

#### 四、营销计划

根据项目的营运计划，我们的营销计划也分为两步走。首先，初步创建品牌，严把产品质量关，严格按照国家标准进行养殖，努力将产品引进 xx 和乃至整个 xx 的大型超市，同企事业单位的食堂和大型餐饮企业建立良好的伙伴关系，打开产品销路，是产品获得良好的美誉度。然后，伴随第二阶段的营运，严把产品质量关，餐饮、住宿服务关。同时大力进行品牌的建设和运营，运用平面和网络媒体，建设强势的新农业品牌。更为重要的是，为我们的品牌注入深厚的文化内涵，xx 是 xx 文化和大汶口文化的起源地，又拥有丰富的恐龙化石资源，这些都为品牌的建设提供了很好的素材。

#### 五、管理团队

可以根据项目营运和营销计划，我们需要的人才大体需要以下几种：

（一）农业专业技术人才，包括经济作物种植、家畜水产养殖方面的专业技术人才。

（二）酒店餐饮营运等文化旅游专业技术人才，主要支撑项目的酒店住宿以及户外运动项目的运营。

（三）营销人才。目前是市场经济社会，有市场企业才有发展，营销人才必不可少。

#### 六、财务计划

在第一阶段，工程投资 20 万元，购置相关配套设施及寻求相关技术支持，实验经营期限两年，到 20xx 年实现年总产值 20 万；

在第二阶段，总投资 100 万元，进行基础设施建设，大力开展品牌营销，建设现代化的集农业生产和旅游观光为一体的大型庄园。

## 七、面临的主要风险

第一步，作为一个交叉细分市场的先到者，可参考经验少是最大的风险。然后，与项目拟用地原承包人的关系问题，因涉及到土地承包等农村比较敏感的问题，也面临较大风险。最后，在地理位置上本项目拥有一定的劣势，因为离 xx 市较远，很大一部分城市客源被城市近区县截流，在市场开拓方面困难比较大。所以，项目的特色成为至关重要的问题。

### 大学生农业创业计划书 篇 2

#### 一、投资背景，市场饱和度及市场潜在需求

在现趋日益竞争激烈的市场，投资具有潜力的行业是比较困难的，假如现在我有 100 万，那么一个小型养殖场成为我们的创业目标，面对市场对养殖野猪的稀缺性，当今经济发展较快，人民生活物质基础的提高，大家更注重的是精神上的满足，更注重健康问题，而不是像以前那样单纯追求温饱问题，因此使我们做出了这个理性的选择，养殖野猪来满足人们对这一新事物的好奇心，吸引客户的对这一事物的消费欲望。

面对市场体制的逐步完善，让我们敢于投资，使我们知道了市场机制中包括了供求机制，价格机制，竞争机制和风险机制，为我们的投资提供了保障。如今，市场上更多的是普通猪肉，而养殖户为了追求利益盲目使用激素来加快猪的成长投入市场而满足消费需求，而养殖野猪走了一条类似于创新的道路，在市场对猪肉的日益饱和的程度上，另外开辟了一条养殖路。以小型养殖为基础，实现生态养殖来克服猪肉的饱和度。与大型养殖相比，小型养殖更具有灵活性，在固定资金不足的情况下能更好的运行对固定投资也相对较少，各项基础设施投资也相对较少，管理人员也不是需要很多，可以为企业节省一定的资金流出。现今人们对生活的质量要求也在逐渐地增高，野猪肉的出现将吸引消费者的需求量，在未来的市场上销量将会很好，在肉品市场上将会占有一定席位。国家对养殖户也有了相对较多的辅助政策，对养殖户有一定的资金补助，来帮助养殖户进行正常的运行。国家可以通过市场调节和宏观调控来完善市场存在的一定缺陷，从而使养殖

户的投资更具有安全性，更加放心。在养殖户资金不足的情况下可以向银行进行贷款或者是和其他养殖户进行合作。在通货膨胀时期，国家可以控制货币的流出，充分利用财政政策，税收作用，银行的作用来保障市场体制，维护市场的稳定性，还养殖户一个放心的市场。

在现今消费者对事物的需求，更多的是取决于该商品本身的价格和相关商品价格的变动，以及消费者的收入水平和偏好。做为新的商品，而且价格高于普通猪肉价格的几倍，很难被普通消费者接受，因而我们必须在交通便利的地方设置养殖场，以便于野猪肉能更快的投入到经济比较发达的地区来降低成本，面对野猪这种稀缺品，弹性需求小，所以为了经济利润能够很好，就要通过涨价来提高利润。

## 二、资金规划

在沉没成本已经投入的情况下我们不能考虑已经投入的成本，才能为我们以后的经济决策做出更好的决策，要取得经济利润的提高，我们就只能让会计利润大于正常利润，实现经济利润的最大化。为了降低成本实现利润的增加，只有当边际成本小于平均总成本，则平均总成本就下降，然而平均总成本是平均固定成本与平均可变成本之和，平均固定成本随着产量的增加总是下降的因此可以提高利润，平均可变成本由于边际产量递减，一般随着产量增加而增加，所以降低平均总成本实现利益的最大化。即边际收益等于边际成本，然而利润等于总收益减去总成本，养殖场追求的不是短期的利润，因此考虑的不是损失最小化，养殖场作为迂回生产，在此期间，迂回越远，迂回程度越长，生产效率则越高，收益也会增加。

在普通猪肉相对饱和的情况下，野猪肉的市场将会存在很大的需求量，养殖业作为完全竞争市场，产商的数量很多，而对价格的控制程度是没有的，进出这一行业很容易。而养殖野猪则属于寡头垄断，产商数量很少，竞争市场也不激烈，与普通的猪肉有很大差别，对商品的价格具有想到程度的控制力。属于小型养殖市场灵活性很好，可以很好的运行作为寡头垄断市场，最重要的是利润最大化，作为迂回生产方式，我们要考虑的是重复博弈，因此我们就必须重视商品的质量和我们的信誉程度。

在已有资金有限的条件下，我们必须做出合理的资金规划，即用一部分进行基础设施的建设，用一部分来聘请技术人员和管理人员，剩余的用来买辆运输车，结余的资金用来做候补以应付紧急情况，利用小规模养殖使资金得到更好的分配。为使野猪肉能够更好的被消费者接受，我们可以通过多方信号通道对这一事物进行宣传，加大消费者对这一事物的喜好，使消费者能更多的去消费，从而提高销售利润，增加经济效益，降低固定成本。因此，我们不能盲目的追求经济利润上的增加，使猪肉的质量有所降低，为使供求和需求达到平衡，我们必须调节野猪肉的总量的平衡，结构的平衡。

在市场上，对这一事物还不熟悉，因此很可能对事物的销量有影响，破坏生产养殖户的积极性。为此，国家为了保护养殖户的利益，控制货币的供应量，稳定物价水平，通过货币政策使消费者敢于的这一事物消费，当消费者手中的货币充足时，经济水平提高就有能力对这一事物消费，提高野猪肉的销量。当市场货币供应不足时，市场商品价格下跌，生产减少，投资乏力，经济紧缩，因此，货币供应量的增长必须与经济增长相适应，以促进经济的持续、快速、健康地发展，提高经济，增加养殖户利润，提高养殖积极性和投资力度。税收作用也可以帮助养殖户进行资金周转，当资金不足时，可以向银行贷款，吸引加盟商，与其他的养殖户合作来解决资金上的不足。

为了提高养殖户的利润，我们可以通过消费者对这一事物的偏好程度以及可以从中获得的幸福程度来进行供给。为了使养殖户获得最大的经济利润，我们必须要保证边际利益等于边际成本，降低成本来提高经济效益，为了长远的利益我们不能考虑损失最小化，应追求利益最大化原则，提高经济利润，降低成本。

### 三、营销策略

为了能够使我们生产出来的野猪肉完全符合客户的需要，并以市场的需求为中心，我们必须定期进行周密的市场调研。首先调查市场的发展趋势和价格趋势等，政治因素、政策因素对本行业的影响，本行业高科技发展的方向，各个地区的需求量，不同客户不同的购买心理等；其次应调查同行业各个主要竞争对手状况、实力、产品的优缺

点及发展趋势，市场占有率、广告、价格、销售渠道、服务质量等营销策略各方面的调查，并调查近期内是否有新的竞争对手进入市场。

同时对自身的分析应包括我们的竞争环境、市场知名度、促销效果、野猪肉的质量和用户使用效果，我们的野猪肉的市场潜力，员工的素质和接受新观念、新技术的能力，技术力量及其应用，企业文化、管理水平、生产成本等作透彻的了解，采取相应的对策，做到知己知彼，以求百战不殆。

根据顾客产品的用途，市场可细分为内销和外销，可根据自身的实际情况决定选择一类或几类，甚至整体市场为本企业的目标市场，从而发挥本企业的有利条件，制订最佳的营销策略，提高市场占有率，以期取得更好的经济效益。

作为我们养殖场规模化发展计划，应该突出野猪肉产品在那方面具有独特性能或体型，或者服务优于其他同行。野猪产品的市场定位包括：突出体型外貌、繁殖性能、生长速度、抗病力、肉质或各方面的服务等。塑造出野猪肉产品与众不同的形象和内在的“气质”。

在野猪的营销过程中，必须明确本司的定位，根据市场的需要和有关的环境因素制定营销组合方案。

产品策略：

产品策略是营销活动的核心内容，是规模化野猪养殖市场营销策略的出发点。为了更好地组织公司的市场营销迎合兴坤公司野猪规模化发展计划，就必须研究和制定创新产品策略。

种猪产品的特性：种猪产品包括三个层次：核心产品——指种猪有正常的繁殖力，能满足种猪使用者的需要；有形产品——包括种猪的质量、品种、特点，还有发展中的种猪品牌等；附加产品——主要指种猪场为种猪使用者提供的各种服务。种猪产品的整体概念，不仅指种猪本身，而且包括各种服务，以满足种猪使用者的需求。

仔猪产品的特性：

饲养成本低、时间短、肉质最佳、运输方便、市场需求量大等产品因素：质量策略，购买者在选择购买哪一家养殖公司的产品时，首先考虑的是野猪的质量。品质优良的野猪对企业赢得信誉，树立形象，

占领市场和增加收益，都具有决定性的意义，因此，规模化野猪养殖场必须高度重视野猪质量问题，并将质量意识贯输于企业管理的每一个环节。定期评估本司野猪的质量水平和优缺点；定期进行市场调查，倾听专家和客户的意见；了解国内外野猪的发展方向，及时掌握先进的养殖技术；保证销售的野猪质量长期稳定；让技术人员知道野猪的各种产品，了解这些产品的食用效果与销售，想方设法，使本司的野猪质量保持同行业的领先水平，用质量托起企业销售市场。

#### 服务策略：

企业经营进入顾客满意经营年代，假设野猪供求平衡，质量、价格竞争已难分高低状况中，养殖野猪的企业靠什么去获取竞争优势——靠服务。企业向客户提供优质野猪的同时，应伴以规范的全面服务，使客户得到最大的满足，进而成为我司最忠实的和最长久的主顾。我司应制订企业服务理念，并将理念贯输到全体员工思想和行动中。完善服务机构，提供全面的服务项目，做好售前、售中、售后服务。售前服务——为新建猪场提供规划、设计服务，提供生产人员的生产技术培训；售中服务——为用户提供优质猪，解决运输问题，提供少量本司饲料，避免猪到目的地后因饲料改变而应激；售后服务——实行质量保证承诺，对售出的猪的使用情况进行跟踪，对出售的仔猪、种猪、肉猪质量给予保证，如果所售出的野猪产品在正常管理条件有问题，经鉴定后，我司应提供退货或给予一定的相应补偿。另外种猪方面应为客户提供管理和技术咨询，解决生产上出现的一些问题，帮助种猪使用者养好种猪，并向用户推荐使用效果较好的养猪用品等。

#### 品牌策略：

品牌对于中国养猪企业来说仍处于起步阶段。但作为规模化野猪养殖场来说，品牌的作用绝不能低估，事实证明，品牌可以帮助野猪养殖企业占领市场、扩大产品销售，在市场竞争中，品牌作为产品甚至企业的代号而成为销售竞争的工具，在购买者中影响较大，为他们所熟悉、所接受的品牌销售得就快。

#### 新产品的开发：

我司应致力于根据我们饲养的野猪的特点，开发更多更能让市场所能接受的创新型产品。

#### 销售渠道策略：

销售渠道策略包括两个方面的内容，一是野猪的销售途径，另一方面是野猪的运输。由于野猪属于鲜活商品，一般采用猪场直销型的销售渠道，不利用任何中间商，直接将野猪销售给所需企业等。也有由中间商介绍客户前来购买或由中间商转手销售给的间接销售渠道。总之任何市场机遇绝不放过，力求寻找与开发更广阔的销售渠道。

#### 定价策略：

定价首先必须按企业的战略目标来制定。如果猪场已选定目标市场，并进行市场定位，定价策略主要由早先的市场策略来决定，一般养殖生产企业应根据野猪品种、质量、市场受欢迎程度、生产成本、地区性、级别、竞争对手价格来决定野猪的价格，但野猪价格有时还受政府行政干预的影响。

#### 促销策略：

促销活动提高兴坤公司的知名度，影响市场，但促销第一步是推销自己，将自己的诚意奉献给对方，第二步是推销企业，将企业的形象展示给对方，取得客户的信任后，才推销野猪。促销策略可分为人员推销、产品广告、营业推广、企业形象等。

#### 人员推销

每一个成功的企业背后，都有一批成功的推销员，企业除了组建一支以最新先进科技知识和强烈市场竞争观念武装起来的技术队伍，更重要的是必须组建一支以最新、先进市场营销策略观念和熟悉野猪养殖生产技术等专业知识武装起来的营销队伍。优秀的推销员应热爱本企业，具有强烈的事业心和责任感，保守本企业的秘密，能吃苦耐劳、勤奋工作；具有丰富的知识；明确兴坤野猪的质量，性能以及哪些方面优于竞争者生产的野猪；熟悉本企业各类顾客的情况，深入了解竞争对手的策略和近来动向；善于从野猪购买者的角度考虑问题，使顾客理解你的诚意；具备端庄的仪表和良好的风度。

#### 产品广告：

客户的桥梁。由于野猪产品较为专业化，农产品的产值和利润不高，广告价昂贵的电视等媒体暂时不适合养猪企业选择，一般来说，养猪企业的广告活动应在本企业支付能力范围内选择专业性强，在本行业内影响面大、范围广的杂志、报刊刊登广告；印刷广告宣传资料，通过邮寄、专业会议派发等形式进行宣传，能取得较好的效果。广告内容要有创意，力求吸引住顾客的注意，并留下深刻的印象。通过广告宣传,把种猪各品种的性能质量、价格、购买地点和各项服务等信息及时传递给用户,争取更多的购买者,提高市场的占有率。

#### 企业形象：

企业形象是企业的一种无形资产，野猪养殖企业要想在市场竞争中处于有利地位，就需要从更长远的意义上来考虑自己的营销活动，塑造良好的企业形象、树立客户的信心，为公司的将来创造良好的营销环境，对公司的长期销售有明显的促进作用。不断提高产品质量和新技术含量，建立良好的产品形象；想方设法提高企业的知名度、美誉度；撰写专业文章和通过学术交流影响目标市场，提高企业知名度；参与、赞助各种社会和部门的公益活动；协调好与政府的关系，创造良好的营销环境。养猪生产企业要和政府部门保持良好的关系，以求得到政府各部门的大力支持和扶持，充分利用各种有利因素，创造企业良好的外部环境，抓住时机，促进营销策略的顺利实施。

#### 四、阶段目标

目标是一个企业以及一个投资者必须考虑的，我们应该定下明确的目标才会使得我们投资的事物井然有序的进行，才能使我们投资的行业不断的发展，进步，最终走向正轨，开始盈利。我们队我们投资的行业应该要有阶段性目标，即短期，中期和长期，只有明确了目标行业的发展才会有序。

#### 短期目标：

我们要用一部分资金来买猪仔，对猪仔进行科学合理的喂养，即不污染环境有不浪费饲料，要减少猪仔的发病率，尽量减少猪仔的损失和疾病管理的资金投入，做到用最少的钱办最多的事。使我们投资

使其中最少的人力办最多的事，使基地真正的成为科学管理，机器为主，人力为辅的生产模式，使基地朝着可持续发展的道路延伸。

中期目标：

很好的基地的内部设施之后我们应该向外加大宣传，据中医理论和《本草纲目》中对野猪肉有关论述，野猪全身都是宝，野猪蹄可治风湿及类风湿性疾病，猪肝，心可治惊痛，心慌劳神，猪舌头，肚补中气，健脾胃，更有治疗胃出血，胃炎，胃下垂的特殊功效，同时具有滋润肌肤，养颜美容的保健疗效。它能降低血脂，有利于动脉硬化所导致的冠心病和脑血管硬化疾病的诊治。野猪还具有味鲜美，肉质好，皮薄，细嫩，瘦肉率高，保健，经济七大优势，所以我吗应该加大宣传的力度，使人们知道野猪肉的保健功能，把野猪肉市场做大，做强，争取市场的占有率变大。

长期目标：

据市场调查野猪的养殖近几年在全国范围内有较大的发展，尤其是这两年在东北，山东，浙闽地区大型野猪基地的发展迅速。大型野猪基地在整个云南却寥寥无几，而猪肉在中国销售位于居民肉类消费的第一位。全国一年内要消费 1.8 亿头生猪，而野猪肉在市场占有率是很少的，还不到 5%。目前在广州，深圳等大城市野猪肉市场价格是 25 元到 40 元/斤不等，而且还供不应求，市场缺口巨大，所以又很好的发展前景。所以我们长期的目标就是向全国范围内供应野猪肉，使野猪肉走向没一个家庭，每一个酒店，可以与一些需求商签订长期的供应合同，并保质量长期供应。

### 篇 3

一、项目名称：除虫菊的种植推广。

除虫菊是制造绿色植物农药的首选理想原料。除虫菊是目前世界上唯一集约化栽培的杀虫植物，从除虫菊中提取的杀虫药除虫菊酯因其无公害的特点在国际市场供不应求。随着人们生活质量的提高和保健意识的增强，没有农药残留的果蔬、粮食以及没有毒副作用的安全家用卫生杀虫剂等产品的市场越来越广，为确保 21 世纪我国农业的可

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/595304331240011322>