

现代农业生态园营运计划书三篇

篇一：现代农业生态园营运计划书

第一章 摘要

XX有限公司是一家专门从事绿色农产品生产、销售为一体的公司，本公司与 XX 有限责任公司战略合作经营畜禽养殖场、冻库加工厂、畜禽农博园及农民养殖专业合作社四大农业项目，畜禽养殖场及农民养殖专业合作社位于 AQ市 WQ区 SD 镇，冻库加工厂位于 GT市 GF区紫府路，畜禽农博园位于南部县升钟湖水库，一期占地 5524 亩，投资 5 亿元，是集种植、养殖、观赏、餐饮、娱乐、休闲为一体的生态园区。

生态园一期划分为：生态农业休闲区、农事种植体验区、畜牧养殖区、垂钓休闲区、餐饮加工区、科技示范区、线上线下直营店七大板块。将农事活动、自然风光、科技示范、餐饮娱乐、蔬菜直销、环境保护等融为一体。

未来二期项目规划用地 150 亩，以一期项目为基础，重点建设一座现代化和传统相结合的养老院和一个现代化的特色有机农场，来满足特殊人群的需求。

本项目以农村为根据地，市场为导向，服务大众为目的，为广大人民群众打造自然、绿色、健康的服务和产品，同时，给生活在城市的白领和广大市民提供一个休闲娱乐的场所。响应政府落实菜篮子工程、发展现代农业、调整产业结构、保护生态环境的计划。对促进农业增效、农民增收、农村发展具有重大意义。

第二章 综述

一、项目描述

1. 项目背景

随着国家经济的飞速发展，城乡一体化建设的持续进行。许多地方的农村通过城市化改造变成了城市。随着城市节奏的加快，人们生活工作的压力增大，生活越来越偏离本质，减压成为越来越多人的共识。曾经的乡间美景、瓜田树下成为了许多人内心的记忆，曾经的乡间绿野被越来越多的白领所追捧。随着“转基因食品事件”、“地沟油事件”、“三聚氰胺奶粉事件”等食品安全事件使得许多城市人越发注重餐桌安全。纯绿色、有机天然食品越来越被消费者所青睐。

现阶段我国的农村家庭土地承包模式远远满足不了生产力的发展水平和要求。导致农民种粮积极性不高，大量农民抛弃土地背景离乡，外出打工谋生，造成农村滞留大量孤寡老人和留守儿童，大量土地荒废、老人儿童生活无人照料，给社会造成极大的负担。

以上种种现象已成为当今社会急需解决的问题，也是摆在我们面前的很重要的问题，如何使农村经济发展水平能够快速发展，减小城乡收入差距，如何让城市群众的生活贴近自然，让人们吃上自然、绿色、健康的绿色食品，成为我们努力的方向。所以我们团队就产生了“以农村包围城市”的想法，在市郊或市郊农村建立一座现代农业生态园来满足城市人对自然、绿色、健康的追求。也能很好带动农村经济的发展，从而解决农村现阶段出现的种种问题。

2. 项目宗旨

XX现代农业生态园以农村为根据地，市场为导向，服务大众为目的的现代农业生态园，为人民群众打造自然、绿色、健康的服务和产品。同时，为广大农民提供就业岗位，足不出户就能享受工业发展带来的成果，赡养老人，教育孩童为农村群众家庭和谐和经济发展做出贡献。

3. 项目介绍

XX有限公司建于陆地丝绸之路发祥地——南充。从南充自身来说，雨量充沛，地形地貌差异大，立体气候特征明显。山区、丘陵、河道相间分布，既有沿江河谷地带，又有高山地区，为发展现代立体农业、培育特色产业提供了有利条件。

XX现代农业生态园拟建在南充市南部县升钟湖水库，由于升钟湖水库远离南充主城区，移民搬迁后产业空虚严重，大量劳动力外流，许多土地荒芜。南充城市发展日新月异，可是蔬菜等农产品的价格却高于南充主城，消费水平还不高的库区百姓反映十分强烈。

XX现代农业生态园项目拟占地 1400 亩，主要大力发展有机种植业、养殖业并以此为支柱逐渐建立起餐饮业、旅游观光业、农业种植业以及养殖业。以落实菜篮子工程、发展现代农业、调整产业结构、保护生态环境为目的的产业项目。对促进农业增效、农民增收、农村发展具有重大意义。XX现代农业生态园采用先进的生态园模式，在园内进行合理的农业布局和农业生产。生态园一期计划占地面积 1400 亩划分为：生态农业休闲区、农事种植体验区、畜牧养殖区、垂钓休闲区、餐饮加工区、科技示范区、线上线下直营店七大板块。将农事活动、自然风光、科技示范、餐饮娱乐、蔬菜直销、环境保护等融为一体，实现生态效益、经济效益和社会效益的完美统一。

XX现代农业生态园是集种植、养殖、观赏、餐饮、娱乐为一体的生态园区，采用线上线下同步直销的新型农产品销售模式，在市区内开设直营店，同时在网上进行同步销售并且市区内免费配货上门。从而让广大群众吃到绿色健康，价格便宜的蔬菜和肉类，从而服务一方百姓。

二、产品与服务

1、产品品种规划

XX现代农业生态园主要开展：蔬菜生产、畜禽养殖（鸡、鸭、羊以及野味动物等）、池塘养殖、观赏农业、农事体验、农家宿舍、餐饮加工等，并以生态园为基础注册“鲜来鲜往”生鲜蔬菜4S直营店，店内同时设立餐饮部（包括外卖）和开放式厨房，方便快节奏人群的需求。

2、研究与开发

本公司设立专业农产品研发团队来开发并推广农业高新技术成果，不定期参加各种农博会、农业论坛会、农产品交易会等及时掌握农产品最新发展动态并作出响应。定期邀请农业方面的专家做技术培训，来提高本团队技术人员的技术水平，提高产品的产量。

3、未来产品和服务规划

XX现代农业生态园二期项目规划用地150亩，重点建设一座现代化和传统相结合的养老院和一个现代化的特色有机农场。

XX养老院的核心部分为：健身生产区、医疗服务区和老年交友区三大部分。

在健身生产区，老年人可以亲自动手种植自己喜欢的蔬菜，养殖自己喜欢的动物。这对老年人来说是很好的休息方法和精神疗养方式，可以称之为园艺疗法。

在医疗服务区，养老院每年为老年人做全身检查2次，并建立健康档案，每星期安排医务人员对老年人统一体检，每月对老年人身体状况进行健康评估，给家人提供健康报告，并经常组织老年人进行健康教育和自我保健、自我护理知识的学习，以及常见病、多发病的自我防治和老年营养学的学习。

在老年交友区，居住在生态养老院的老年朋友，我们经常安排、组织各类互动性活动，比如唱歌、唱戏、老年人健康操等发挥老年人之间相互鼓励和沟通的作用，

使他们不再感到孤单，达到精神安慰的目的。

现代化的特色有机农场，我们主要依托生态园来建立起有机蓝莓基地、有机鸡蛋基地以及有机杂粮基地等特色产品，满足不同消费者的需求。

4、实施阶段

XX现代农业生态园一期建设在南部县升钟湖水库凤凰岛，占地 1400 亩，建设的主要项目有：农业生态休闲区、特色农事种植体验区、特色畜牧养殖区、垂钓休闲区、餐饮加工区、科技示范区、线上线下直营店七大板块。

A. 生态农业休闲区

新建项目：农庄大门、林荫大道、农业工具展示区、农业知识展览馆、农产品采摘、特产商场、品茗、会议、音乐、全景观赏区等。

接待能力：增加钢结构房屋、各类游乐项目和活动器具，形成农庄 500 人/日的接待能力。

主要设施：

1、国产连栋大棚 50 亩

2、农家院房 30 间，面积 600 平方米，每天可同时接待 60 名旅客同时住宿，同时设置农家大锅台 5 个。

3、会议室一间（可在办公区安排房间），面积 100 平方米，供有会议需求的团体客人会议使用。

4、乒乓球、羽毛球及娱乐休闲中心，面积 500 平方米（空场地利用）

5、农产品超市及特产商店一座，面积 200 平方米

6、停车场一个，面积 1000 平方米。

7、林荫大道：半圆型的拱架。在拱架两边种植藤本植物，如紫藤、爬山虎、长

春滕等，形成农村特色浓郁的林荫大道、景观大道。

8、农业工具展示区—农业知识展览馆：

1) 农家住宅里面配备一个专门的农村农具陈列室，里面陈列一些农村劳动必备的工具和安放一些特色农具。在室外放置一个小石磨：一般人都可以转动，小孩子在父母的帮助下也可以转动。让专门人员教会他们磨豆浆，可以让他们免费的品尝自己制作的豆浆。在室内还安放一个制作豆腐的手工设备，教消费者制作豆腐，在午餐的时候提供给消费者，自己制作的豆腐，只收取一点加工费和材料费。

2) 农家乐的特色农具和对应的人文起源、文化传说。

9. 儿童游乐园开启尘封已久的幻想，重返其乐无穷的童年。设置的项目有：滚铁环、抽陀螺、打弹珠、扔沙包、造琥珀、抓泥鳅、放飞机、逗蟋蟀、荡秋千、浑水摸鱼等

B. 农事种植体验区

本区域专门对外开放，有偿向有需要的人群提供土地、种苗并提供日常管理，收获的果实归个人所有，从而享受种植的快乐，另外，还安排的项目有：通过果园、菜园、莲藕园及阶段性的开展特色农业的采收节，如草莓采收节、花生采收节等来增加趣味性和娱乐性如：

★春季赏花：梨花、杏花、桃花及油菜花

★夏季品果：杏子、李子、桃子及花生

★秋季品果：丰水梨、黄金梨

★冬季品野味滋补

C. 畜牧养殖区

主要项目：禽类畜牧养殖。

a)、竹林土鸡养殖场：主要放养本地土鸡，供农庄餐厅、直营店销售以及接待游客使用。

b)、特色野味养殖，占地 130 亩：主要放养特色野味禽类（野鸭、山羊、野兔等）供农庄餐厅接待游客使用及顾客购买以及直营店销售使用。

D. 垂钓休闲区

主营项目：垂钓、“竹筏”及“混水摸鱼”，即：捕捞、摸鱼、钓龙虾、摸螺等。

基本设施：钓鱼台的基本设施有防护栏、鱼杆架、遮阳伞、坐躺椅等，目的是为了更方便游客钓鱼和休闲。垂钓台的设施要求做到既牢固又美观，同时还不影响钓台间互相钓鱼，所以其距离一般要求不少于 6 米。

E. 餐饮加工区

农家大餐厅一座，面积 400 平方米；空调大包箱餐厅 10 间，面积 240 平方米；每天可同时接待 400 名旅客就餐。

F. 科技示范区

建设一座以现代温室为主的无土栽培等现代化的生产设施，开展水培、气雾培、有机无土培沙砾培等先进的无土栽培方法并设置立柱式栽植、墙式栽培、水槽式栽种、塔式喷雾栽种等不同形式的栽种方法。种植各种各样的瓜果蔬菜，如：小番茄、小黄瓜、草莓、甜瓜、野菜等供旅客欣赏、采摘、学习。

G. 直营店

在市区内开设“鲜来鲜往”生鲜 4S 直营店，店内同时设立餐饮部（包括外卖）和开放式厨房。同时，在网络上利用淘宝平台进行同步销售。

5 服务与支持

XX有限公司将针对 XX现代农业园开通专用 400 电话，安排专门售后人员处理和

接受顾客或消费者的投诉和建议并完善售后服务，园区内设置投诉站，保证及时处理顾客或消费者所遇到的问题。网络营销的渠道专门安排人员负责顾客退换货问题。以此来保证和顾客或消费者的沟通。

三、行业与市场分析

1 市场介绍

通过现代农业生态园的建设引导和推动南充农业产业结构调整具有积极意义，本项目的投资建设不仅经济效益可观而且社会效益丰富，是一项合民心顺民意的民生工程。现代社会人人都渴望能在优美的环境中放松休闲，于是回归田野自然的休闲观光农业就成为人们最好的选择吃农家饭、住农家屋、做农家活、看农家景自然成了新的热点。

随着人本管理理念的改变，节假日在不断的增多，加之双休日的实行，为人们外出休闲观光旅游提供了大量的时间从人们旅游情趣多向性来看，追求田园式的生活情趣是个重要的发展趋向，而现实中这样的景点场所又显得相对匮乏，这就为生态休闲观光农业产业园的快速发展提供了广阔的发展市场

2、目标市场

线下实体店和生态园区目标市场主要是南充市三区六县周边各个阶层的群众，白领阶层以及机关单位食堂等。线上销售通过和快递公司合作，充分利用快递公司的网络，在市区内免费送货，同时通过快递网络辐射全国大部分区域，将本生态园和南充当地优质品种销售到国内外。

3、顾客购买准则

★顾客进入生态园免收门票，所有项目均可参与；

★进园采摘或垂钓以市场价按斤计费，需要加工的，按加工的量的大小收取一定

加工费；

★有住宿需要的按天收取住宿费。点杀的畜禽还需收取一定的加工和辅料费用等。

4、竞争对手分析

XX现代生态农业园项目的主要竞争对手是分布在城区周边的大量的农家乐和度假村。但是通过大量走访发现，现在的“农家乐”盲目追求城市化、现代化，“农味”越来越淡，逐渐失去初创时的特色。较早建立的“农家乐”尚有一些乡土气息，纯朴简约，而新近建立的“农家乐”则出现贪大求洋倾向，游客下榻此处似乎有到了另外一个城市宾馆的感觉。

例如一个今年刚开业的“升钟湖农家乐”，四四方方，上下3层；房间全部为标准间，一楼有服务台、小卖部，完全是克隆了一个宾馆的格局。有些“农家乐”庭院里多为地板砖铺地，不见树木，不见绿色，不见农家之本。而度假村更是高消费人群的消费场所，相当于是变相的将城市里的娱乐会所搬到了农村，无法形成大众消费。

而XX现代生态农业园项目充分体现乡土气息和农家特色，并将有机生鲜直销市区。同时，在园区内让富有地域传统的民间习俗、工艺、饮食等，在农业园中得到充分的挖掘、保护和传扬。相信XX现代农业生态园具有很强的市场竞争力。

四、市场与销售

1、市场计划

★生态园开园，线上线下“鲜来鲜往”生鲜4S店同步开业，产品导入市场。努力提高产品质量并打造生态园的知名度，初步进入南充农产品市场。

★进一步加强产品质量管理并提升品牌形象，增加无形资产。

★健全和完善生态园管理模式和机制，进一步加强产品质量管理和 Service 质量管理。

★建设二期项目，实行多元化经营战略，进一步拓展产品线

2、销售策略

★贸易展销会

将我们的产品以大型展销会的形式，在南充城区和各大居住区进行平价展销

★互联网促销

我们将建立自己公司的专业网站，及时发布各种相关信息，使其逐渐发展成为行业内可靠的、及时的、对分销及顾客有影响的、对行业前景情况进行预测的重要来源，并与各大公司进行链接。

★公共形象建设

企业和品牌的形象建设是影响深远的。为此我们将开展系列公益活动，如在学校设立专项奖学金，成立环境保护基金，尽可能的和媒体进行环境保护专题的合作，凸现我们的“绿色农业”理念。

★直接邮寄

进行商业信函和邮购活动。该活动在以用户为基础对象发布一定数量的信息，旨在获得迅速的顾客反应和寻求销售机遇。包括最新产品信息以及农产品试吃等等。

★社会认证

我们的农产品将以最快速度获得相关质检、科研部门的认证，并获得本行业和客户行业技术权威和领导者的肯定与推荐。

3、渠道销售与伙伴

直销：对于几个重点区域如南充等重点市场，我们将采用在市区内建立生鲜4S店与客户进行点对点式（PTOD）的直接销售方式。

★优势：价格竞争优势明显，可以准确把握即时即刻的供求关系，节省商业中间环节上费用，降低库存的风险，建立更长久稳固的客户。

★弊端：市场覆盖面过宽时导致资源投入较大，对于各相关部门要求水平较高。

★对策：我们将在直销队伍的执行能力上（包括内部的队伍调整、资源供给等等）及大客户的选择方面严格引导，为执行未来的全面直销战略打下坚实基础。

代理销售：对于其他非直销目标市场，我们将有选择的开发有实力、有丰富操作经验、资信良好的当地代理商来共同开发市场。真正做到“把代理商当客户看待”。逐步建立起一套比较实用的管理机制，着眼点放在对代理销售体系的建设规划整合上，逐步确建立一套以客户为中心，以服务为核心的渠道运作架构。

★优势：能借助代理商的力量迅速扩大销售额，能借助经销商的力量快速募集资金，降低财务风险。使之成为稳定的合作伙伴来承担销售、集成、服务、支持等众多业务，实现市场覆盖率和市场占有率的攀升，为客户提供良好和更具增值价值的新产品和全线服务，包括售前、售后和运营过程中的所有环节

★弊端：不利于品牌建设，影响整体市场发展，销售不稳定。

★对策：对当地代理商的选择将严格要求；我们将派出技术人员和市场人员全程参与市场开发。依据授权原则和市场游戏规则适时加固合作关系，在价格保护、进货价格、现货供应、发货速度、产品种类等各个方面进行控制和支持。

、销售周期

★我们的农产品多样化，除供应应季蔬菜意外，还提供反季蔬菜（春节期间），
畜牧产品全年销售

★生态园游玩一年四季均可各有特色（春季赏花、夏季钓鱼、秋季品果、冬季野
味）

5、定价策略

★生态园入园免费，游客进入蔬菜区进行蔬菜采摘，按斤称重，以低于市场价
10%价格销售。

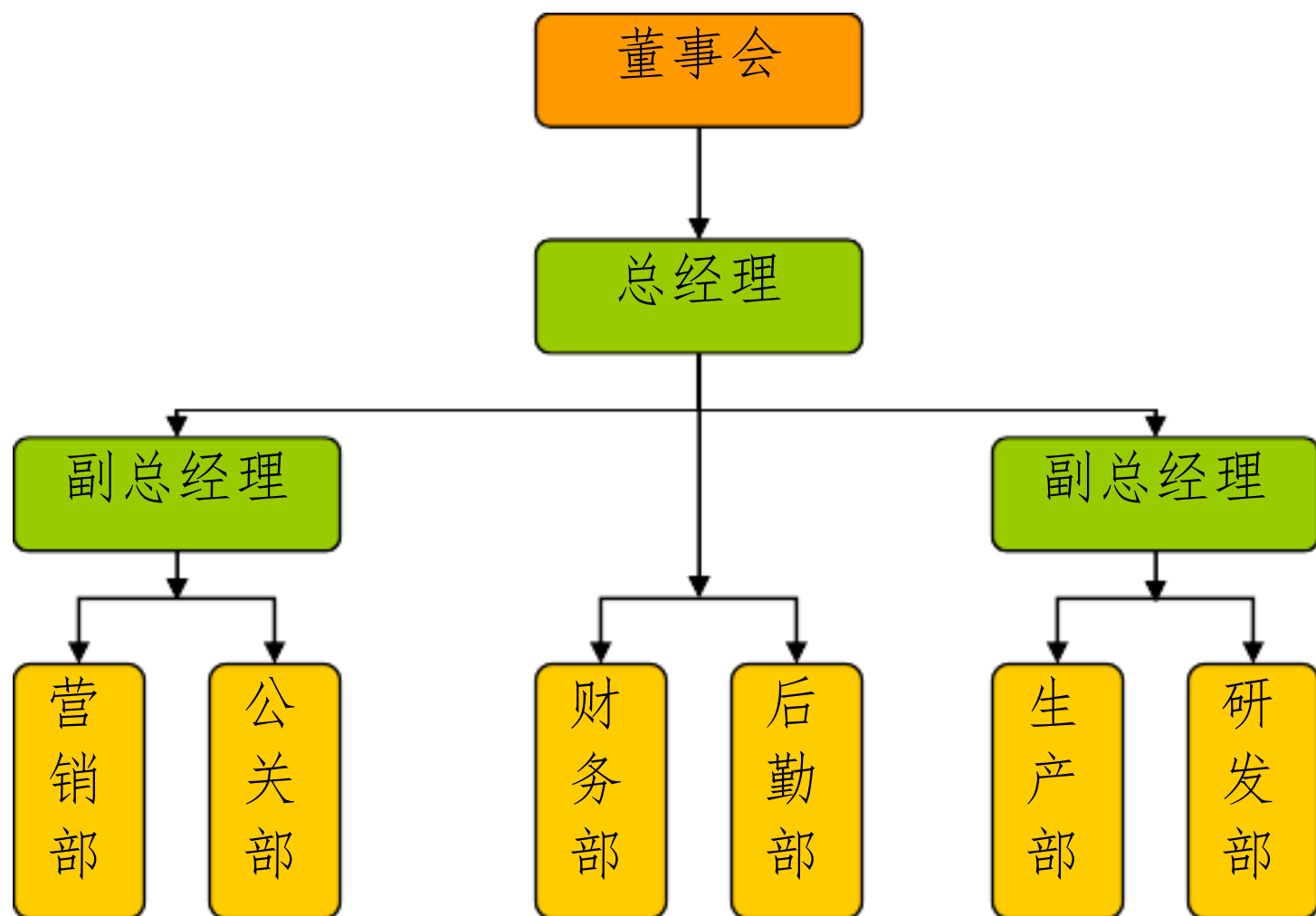
★在畜牧养殖区，游客可以点杀家畜（可加工打包），加工成熟食的另收取加工
费。

6、市场联络（展会/广告宣传/新闻发布会/年度会议/学术讨论会/国际互联网促
销等）

五、营运组织设计

1、组织结构

初期拟采用按职能组织模式。结构简单 分工明确，突出业务活动的重点。



2、团队成员岗位描述和要求

董事会：公司的股东代表组成，属于决策层，负责制定公司的总体发展战略，决定总经理的人选。

总经理：负责公司各方面的经营管理，对董事会负责，决定副总经理和部门经理的人选，制定和监督企业战略的实施。

后勤部：负责内部管理，园区内和直营店产品的供应以及协调各个部门之间的关系以及人员招聘、培训、考核和规划，人员设置 8 名。

营销部：负责公司总体的营销活动，决定公司营销策略和措施，并对营销工作进行评估和监控，包括市场分析，广告、公关关系、销售、客户服务等，人员设置 10 人。

研发部：负责提供技术支持和病虫防疫工作，负责新品种的开发工作，拓展生态园农产品的深度和广度，并负责处理产品上市的报检工作，协助总经理制定企业

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/797024015051006135>