

2023年花卉生产基地的创业计划书 花卉 创业计划书(汇总5篇)

当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。通过制定计划，我们可以更好地实现我们的目标，提高工作效率，使我们的生活更加有序和有意义。下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来看看吧。

花卉生产基地的创业计划书篇一

(一)项目名称：绿色生活创意方案

(二)项目管理者及其组织：绿色生活创意方案是由义乌工商学院在校大学生所设计的，并且在设计之后将投入实施。

(三)主要产品及业务范围：绿色生活主要以出售绿色盆栽为主，其业务范围为世界各地。

二、市场分析

(一)企业宗旨：在绿色中放松心情，忘却烦恼，享受快乐人生；

在绿色中调适心态，感怀真情，感悟人生真谛。

随着时代的发展，人们的生活水平日益提高，现在的消费者越来越关心我们周围的环境，所因此而生的产业不知繁几。当然做盆栽的也是有许多的人群了，但是这个市场还是只开发了一小部分，我们还是有很大的发展空间的。对于我们学生而言，平时都是在学校里生活着，虽然现在的学校里的绿化也是相当不错的，但是如果能够在每个宿舍里都放上一些盆栽的话，那么既可以清新环境，也可以放松心情。因此，

我们的项目其主要的群体还是主要在校大学生上面。同样的，现在盆栽植物，阳台盆栽越来越盛行，相信这个市场一定能够为我们的大学生创业提供一个很好的基础。

(四) 营销策略

做为一群刚创业的大学生，虽然现在有许多的政策来对我们的创业进行帮助，但是我们本身的资本也是不丰的，因此一开始我们选择了最普通的营销方式，那就是摆地摊。当然因为我们的目标客户主要集中在我们的在校大学生身上，那么我们所要售卖的地点，当然也就是在学校的外面了。同样的，我们也在网上注册一个网店，以网络的方式来配合我们现实中的营销，来达成相辅相成的效果。

1. 价格策略

因为我们是刚起步的店铺，所以我们首先要做的是推广的工作，让消费者知道我们的产品才是最重要的，因此在价格方面的话，我们不会定很高的价格，当然是要将成本算进去的，只要不亏本，我们完全可以做为一个推广的方式来销售。

2. 产品策略

因为我们的主要销售产品是绿色的小盆栽，所以我们主要的色彩是以绿色为主，而小盆的话可以按照现在的主流风气来设计，因为我们的主要消费群体是大学生，对于他们来说，流行是一个不可或缺的重要方面，只有这样做好了，才能够在消费者心中留下深刻的印象。

3. 渠道策略

在义乌这个国际小商品城，我们不需要过多地纠结渠道的问题。在我们学校的附近就有一个花鸟市场，在刚开始的时候

我们可以到那里去进货，在做到一定规模的时候，也可以自己来种植或者专门与别人合作来种植盆栽。

4. 促销策略

因为我们本身就是刚起步的东西，而且本身的价格也不便宜，那么我们就无法像普通的促销一样来进行折扣促销，我们可以选择抽奖或者买就送的方式来进行促销。在以后的时间里，也可以进行其他的折扣方式，以此来增加我们的销售额。

三、项目计划

(一)短期目标：半年内，我们的盆栽短期内将会细化工作任务、尽快使得资金到位以最诚恳的姿态获取校内更多组织的认可和支持，从而奠定良好的群众基础。

(二)中期目标：一年后，中期通过一系列的线上线下波浪式宣传，使得大多数人认知我们的盆栽品牌，从而展开赞助校内大型活动以及小范围内试点销售从而获得收益，使得投资成本回收。

(三)长期目标：两年后，盆栽将会成为校内知名品牌，可以在引进新品牌的基础上提高价位，从而实现盈利。

三、成本预算

(一)资金需求与使用计划

盆栽在运输、储存、宣传以及场务费用上具有大量资金需求，使用计划为前期主要用于宣传，中期为运输，后期为场务等费用。

(二)融资计划

1申请学校科学商店，创业基金可获得~6000元资助

2成员投资，以联合创始的形式

3和学校合作可减低活动成本

4一定规模后和寻求赞助学生加入

5损益预估表

6投资率 根据定价以及成本可大约估计回报率为

7投资收回年限鉴于以上盈亏平衡分析，大概三个销售周期。

五、风险预测

在初期创立过程中，由于大多数核心成员缺乏创业经验，可能出现组织臃肿，财务混乱。人员分工不明确而导致效率低下，最终导致经营不善而产生纠纷，在这种预期下，应该在专业的指导老师安排下统一规划，降低创业失败风险，另外，核心成员应该统一观念，在不断的磨合中达成一致协议。

(一) 政策风险

学校审批通不过，有安全隐患等，此时应该通过指导老师出面做担保。

(二) 法律风险

资金财务不明晰，存在错账等现象，应该建立长期监督体制。

(三) 竞争风险

主要来源于学生同质化倾向，如果有利可图，肯定会有学生模仿创业，市场空间被瓜分。在创业之初，应该统一协调，在执行中产生更多创意，保持核心竞争力。

(四) 亏损风险

经营不善导致供应链、现金流断缺，应该之前和学校签订合同，通过有限责任等方式减少投资学生的损失。

(五) 市场风险

1. 盆栽蔬菜产业现在风头正劲，这个产业会逐渐泛滥，现在已经有很多人开始介入。

2. 阳台菜园的兴起带动了盆栽蔬菜产业发展，但并不意味可以无限制地发展。

对未来市场的预测和把握，主要是对当前市场进行大量的调查研究和分析。在宏观方面，要把握全国乃至全球的盆景现状和发展趋势；在微观方面，要分析某一地区、某一品种、某一盆景形式和结构的未来适应程度和范围。

市场的不确定因素主要有：人平经济承受能力、人平文化艺术程度、地域传统文化趋向、盆景文化普及程度、盆景品种和体量适应程度、盆景市场饱有量、同业生产规模等，它们随时都在影响盆景市场。因为它是不断变化和不确定的，如果把握不好，风险就可能发生。

六、市场营销

(一) 市场计划

短期内尝试在女生宿舍中推广，然后通过社会活动而提升形象，具体阶段安排可见实施进度计划。

(二) 销售策略

1. 日期纪念型：如情人节，端午节，重阳节，开学季，毕业季。为此制定专属营销方案，既有纪念意义，也起到宣传效

果。

2. 事件营销型：用盆栽制作一个很大的“屏幕”，展示大家很关注的事件，好人好事、感动工商等也可以，在事件曝光的同时提高盆栽品牌知名度。

3. 赞助广告型：为各大校园活动提供盆景装饰，待一定知名度后可以采取租金费

用或者赞助费用。

4. 领养活动型：在规模大种类多的情况下，可以通过同学领养的方式(免费，经过短期培训)，将盆栽分发于各个寝室，形成一道景观，待销售或活动时收回，评比出最好的一组，赠送丰厚礼品。

(三) 渠道销售与伙伴

渠道主要是海报宣传、涂鸦创意、线上推广、波浪式宣传等。

(四) 销售周期

通常以季节和校园活动为主，分为春季度、夏季度、秋季度、冬季度，开学季结业季，及节日特别活动等，结合不同盆栽花卉的观赏价值，主要运营时间为非考试周期间。一个销售周期力图使得本季度的畅销盆栽销售顺利，在上个周期开始筹备，而且本周期应该为下个周期的主打盆栽造势。

(五) 定价策略

创业初期阶段以运营为主，降低价格，但是有些核心产品应该树立品牌，部分盆栽降低价格有利于推广，形成价格差后方有回旋余地。

七、未来发展

目前，组合盆栽在国内外已达到消费鼎盛时期，而在我国还处于刚起步阶段。随着社会的发展，人民生活水平的提高，单一品种的盆栽花卉因为传统及色彩单调，已经满足不了市场的需求，而组合盆栽因其色彩组合较为丰富，有望成为今后花卉业的主流产品。

(一) 树立市场意识，打造盆景品牌

现代企业必须具有现代意识。瞄准市场打造品牌，是盆景企业家走向成功的必经之路。

1. 扩大产品宣传。“好酒也怕巷子深”，再好的产品如果不宣传，别人就不会知道。盆景企业宣传的方法很多，如媒体广告、参加盆景展览、邀请观摩表演、参与大型活动、社会公益捐赠等。

2. 参入市场竞争。有市场就会有竞争，有竞争才会有发展。在“品牌”战略上，要创造品牌、注册品牌、叫响品牌、优化品牌；在“价格”战略上，要研究消费者的经济承受能力，以廉价取胜；在“营销”战略上，要主动出击，变被动为主动；在“服务”战略上，要把握好全程服务、跟踪服务、承诺服务。

3. 积极寻求出口。中国是盆景起源最早的国家，被誉为“盆景之父”；中国“地大物多”，盆景资源异常丰富。这是中国盆景的两大优势。随着全球贸易一体化进程的不断加快，我们的对外交流和贸易也日趋频繁，中国盆景在全球的影响必将越来越大。盆景企业应当抓住机遇，积极主动寻求出口。

在发展的今天，社会上越来越多人开始追求环保，小盆栽的价格便宜、容易养护、平易近人，是大众日常消费的首选，更容易走进千家万户，所以它的发展前景还是可观的。

有关花卉盆栽的创业计划书

花卉生产基地的创业计划书篇二

一、计划摘要

盆栽花卉零售业店，我们将顾客分为最基本的两个区域，分别是广大的学生和居民，绿色是每个人都热爱的向往的。年轻的一代很喜欢色彩鲜艳的事情，一盆小小的五彩盆栽既能够装扮居室，又能够衬托出居室的优美清静，给人一种赏心悦目的感觉。

二、公司介绍

我们小店的口号，花花草草皆是生命，盆栽花卉店以小型零售业店，面对你广大周边大学生店面大概在30平方米。房租大概在一万一年。

三、战略规划

盆栽点的.战略规划，专业化服务形成差异化竞争。准确的市场定位贴近市场需求。为了满足市场余姚虚心学习其他的地方的先进经验，不断完善与创新。

四、创业组织结构

盆栽花卉零售，小成本小门店，组织结构为三个组。市场调查分析员由张西君和吴坤，采购员为周书双李云辉，销售员为朱胜前和胡贺。分为三组分工合作，把我们这个小店完善起来。

五、产品服务

盆栽不仅是一件活的艺术品，它不仅具有美化环境，增添活动气氛，令人赏心悦目的功能，而且它还是具有旺盛的生命力和吸收有害气体，净化空气，制造氧气功能。

本盆栽店的小盆栽背后的花语，能让你在忙碌的学习和生活中有着不一样的体验和感受，犹如知己在身旁。

六、市场预测

行销售。而且价格普遍很贵，而且没有固定的售点。所以我们预测这儿的市场很大。

七、营销计划

花卉盆栽的主要营销计划是通过传单宣传优惠，促销，赠送礼物等等，来吸引周边的顾客以及学生的目光。市场是目标消费者面对学生，办公室工作人群。学校办公室这个层次的人群收入较好，生活情趣要求高体现自我，享受生活。

八、生产计划

花卉盆栽零销售暂时做不到自己生产这么大，我们的货源主要通过采购员去花鸟市场去草狗，通过货比三家与卖家商讨，然后以最低价格采购我们所需要的产品。

九、财务规划

花卉盆栽零销售的财务主要是计算我们总投资以及日收入估计。日收入估计。通过财务状况来看出我们是否盈利，规划是初期投入3万元，月收入估计4000（毛利）。且收入估计：100——200元，成本回收大概在六个月。

十、风险与退出

目前市场上夜市上销售小型花卉盆栽都要零零散散的不成气候，风险以寒暑假大学城将无人来投，存在一定风险，面对退出这一方案，我们可以转让给我们小一级的学弟学妹们。因为大学生都有一个创业的心，所以对于我们的退出还是有

计划与对策的。

花卉生产基地的创业计划书篇三

盆栽花卉零售业店，我们将顾客分为最基本的两个区域，分别是广大的学生和居民，绿色是每个人都热爱的向往的。年轻的一代很喜欢色彩鲜艳的事情，一盆小小的五彩盆栽既能够装扮居室，又能够衬托出居室的优美清静，给人一种赏心悦目的感觉。

二、公司介绍

我们小店的口号，花花草草皆是生命，盆栽花卉店以小型零售业店，面对你广大周边大学生店面大概在30平方米。房租大概在一万一年。

三、战略规划

盆栽点的战略规划，专业化服务形成差异化竞争。准确的市场定位贴近市场需求。为了满足市场余姚虚心学习其他的地方的先进经验，不断完善与创新。

四、创业组织结构

盆栽花卉零售，小成本小门店，组织结构为三个组。市场调查分析员由张西君和吴坤，采购员为周书双李云辉，销售员为朱胜前和胡贺。分为三组分工合作，把我们这个小店完善起来。

五、产品服务

盆栽不仅是一件活的艺术品，它不仅具有美化环境，增添活动气氛，令人赏心悦目的功能，而且它还是具有旺盛的生命力和吸收有害气体，净化空气，制造氧气功能。

本盆栽店的小盆栽背后的花语，能让你在忙碌的学习和生活中有着不一样的体验和感受，犹如知己在身旁。

六、市场预测

行销售。而且价格普遍很贵，而且没有固定的售点。所以我们预测这儿的市场很大。

七、营销计划

花卉盆栽的主要营销计划是通过传单宣传优惠，促销，赠送礼物等等，来吸引周边的顾客以及学生的目光。市场是目标消费者面对学生，办公室工作人群。学校办公室这个层次的人群收入较好，生活情趣要求高体现自我，享受生活。

八、生产计划

花卉盆栽零销售暂时做不到自己生产这么大，我们的货源主要通过采购员去花鸟市场去草狗，通过货比三家与卖家商讨，然后以最低价格采购我们所需要的产品。

九、财务规划

花卉盆栽零销售的财务主要是计算我们总投资以及日收入估计。日收入估计。通过财务状况来看出我们是否盈利，规划是初期投入3万元，月收入估计4000(毛利)。且收入估计：100——200元，成本回收大概在六个月。

十、风险与退出

目前市场上夜市上销售小型花卉盆栽都要零零散散的不成气候，风险以寒暑假大学城将无人来投，存在一定风险，面对退出这一方案，我们可以转让给我们小一级的学弟学妹们。因为大学生都有一个创业的心，所以对于我们的退出还是有

计划与对策的。

花卉生产基地的创业计划书篇四

本人目前拥有苗木基地10余亩、年产各种小苗上100万棵、供应各种水果苗几十万棵、经营项目还有：毛桃种子、枳壳种子、杜梨种子、杉树种子、大久宝山东桃津艳大石早生桃、碰柑苗冰糖橙，还有桂花雪松香樟玉兰等绿化树种。公司的经营形式是：公司+基地+农户+休闲观光农业。战略思路是：一村一品。

二、企业类型

以农业生产、零售、批发、及服务。销售群体为：农场、农户和园林绿化公司

三、组织的形成及经营地点

1、企业将登记注册成为花园种苗有限责任公司

2、经营地点：《花园村沙平》和《青山瓦棚子》。

3、选择该地的主要原因：是青山村离花园村有6—7公里路，交通不方便土地租金较为低廉。且与我自己的土地相连，交通方便，兰黄公路从苗圃经过。灌溉方便等。

四、创业者个人情况

1、1993年初中毕业在家就一直在家跟父亲做苗木繁殖工作。

2、难忘的95年、也是我们麻阳人民的灾难年洪水是我变伤痕累累、一贫如洗、苗木全部比无情的洪水带走。是我背井离乡到广州打工。

3、不甘心的我重操旧业从那里倒下就从那里爬起来。皇天不负有心人，目前我已经拥有了大量的客户、年十几万的收入。并且拥有了一定的营销采购经验。

4、坚持诚信是我经商的原则

5、通过20xx年7月15日的湖南省首届《农村实用人才创业培训班》是我清楚的确定公司资源优势 and 缺陷。了解我所面临的机遇和挑战、对我以后管理和制定公司未来发展有了清楚的认识、也同时是我知道建立公司的必要性。有了目标、就有了激情和力量、当我碰到问题时抬头看看我的目标、一切就变得简单容易。

五、市场评估及目标顾客描叙

1、麻阳地处湖南省西部，怀化市西北部，是三省、五区、八县交汇处，总面积1568平方公里，人口34万。麻阳交通方便，通讯发达，电力供应充足，枝柳铁路纵贯5个乡镇，途经县城，距怀化枢纽站59公里，209国道和308省道交汇于县城。

六、本企业预计市场的占有率及市场容量

1、有优良水果苗木母本园以及能提供的品种改良技术服务、在当地有一定的影响、。

七、开业行动计划

计划在原有的基础上再扩大100亩苗木基地。建立高标准化苗木生产基地培养优质苗木，带动群众增收，根据目前我县果树品种混乱，品质差等一系列原因。引导农民群众进行现代果树管理，建立优质果园，为我县水果产业做大做强而努力。

1、计划在水稻收割以后（10月份）进行规划

2、项目规划用地

a□建立优质水果苗木基地30亩

b□绿化苗圃30亩

c□育苗基地20亩

d□花卉苗圃10亩

e□其它用地10亩

3□20xx年10月播种至4月，以育苗基地为重点；培养优质水果苗砧木，毛桃小苗枳壳小苗……等，保本盈利。

4□20xx年兰黄公路的贯通使我有了交通优势；优质水果苗木基地绿化苗圃花卉苗圃开始直接赢利。

5、市场是不会一帆风顺的。但在苗木方面的市场风险，我已经有了很好的经验。

6、苗木种子小苗成品苗果子一条龙服务

八、员工及岗位设置

1、建立苗木基地面积100亩年产各种小苗上千万。成品苗上100万的高标准规模生产，必须员工在10人以上。

九、经营目标三年达到的目标

1、第一年以小苗为主要，实行保本经营。

2、第二年以优质水果苗和砧木苗基本赢利

3、第三年规模化共同赢利，年利在200万元以上。

a□建立优质水果苗木基地30亩，年产苗木160万棵、以柑桔苗和桃苗为主、

b□柑桔苗20亩：亩栽苗6万棵合计120万棵。以冰糖橙新品种（锦红）、纽和尔新品（长红）、楠丰桔碰柑苗…等。

c□桃苗10亩：亩栽苗4万棵合计40万棵、以大金宝桃、津艳、大石早生桃…等。

4、绿化苗圃20亩：以桂花香樟玉兰紫薇……等。

5、花卉苗圃10亩：以玫瑰、月季、杜鹃……等。

十、社会贡献：

1、发挥团体作用，以推进麻阳农业产业化进程上迈出重要一步。

2、建立高标准化苗木生产基地培养优质苗木，带动群众增收，

3、引导农民群众全统管理为现代果树管理建立优质果园为我县水果争取出口而努力，。

4、带动当地休闲观光旅游业的发展，实现一村一品

花卉生产基地的创业计划书篇五

1. 产品描述

1.1、项目的目的：打开校园写真市场

1.2、项目的意义：为在校学生留下美丽的记忆，留住最青春

的时光。

1.3、项目的内容：以校园为背景，为学生打造一套属于自己的独一无二的写真。我们提供服装，化妆。

1.4、项目的运作方式：项目型运作

2. 产品与服务

2.1、产品：我们提供服装、写真集、相册、马克杯、慢递

2.2、服务：提供好的摄影服务，姿势指导。以最好的服务，还原真实的你，留住校园的青春时光。

3. 行业及市场

摄影行业历史悠久，但大多数摄影楼都致力于婚纱摄影但对于大学生校园摄影相对来说关注较少。而大学生是一个很大的市场，也是未来市场的中坚力量。相对于竞争对手如：大头体贴等，价格低廉方便快捷，给摄影带来很大的冲击。但影楼写真能在化妆技术，服饰搭配，摄影技术、后期制作等方面提供优质服务。

4. 营销策略

分短期销售策略和长期销售策略，举行销售活动，推出校园会员卡等

5. 资金需求

5.1、资金需求量：启动资金20万

5.2、用途：固定资产8.1万，流动资产21.9万

5.3、退出方式：撤资签约

6. 财务预测

6.1、未来三年的销售收入：第一年35万，第二年60万，第三年100万

6.2、未来三年的利润：第一年10万，第二年40万，第三年80万

6.3、资产回报率：第一年30%，第二年50%，第三年80%

7. 风险控制

7.1、法律风险：顾客要求赔偿等。

7.2、竞争风险：许多写真工作室在美团上实行低价销售。

第二章综述

1. 项目描述

1.1、项目背景相对于市场上的照相馆，一套写真的价格非常昂贵，而且拍摄手法单一没有新意。基于网上的写真，如美团等价格虽然不高，但拍摄手法没什么创新。对收入低、追求新颖的大学生来说，要不负担不起要不不符合自己的需求。

1.1.1项目宗旨以最经济的方式拍摄出顾客满意的作品

1.1.2项目介绍

1以接近学生的消费水平，根据学生的要求或学生的特点为学生私人定制，对拍摄好的照片按照顾客要求制作成相册集、马克杯，并且会为顾客提供慢递等方式。

3在化妆与服装方面，我们可以提供，顾客也可以自行准备

a双微宣传通过微博和微信的宣传，再经同学的转发达到宣传效果

b拍摄现场宣传免费抽取一位同学进行现场拍摄，并加以宣传，吸引顾客

c传单宣传在校园发传单页

d口口相传

2长期销售策略

a创意活动推出主题周、私人定制b套系赠送或抽取幸运免单用户

第二阶段销售活动

a创意活动私人定制（韩式剧情式拍摄）

b特殊套系限量抢购

第三阶段销售活动

a创意活动私人定制

b照片明信片制作

c图片电影制作

d微电影制作每天限量制作注：推出会员卡，可以优惠

5.3渠道销售与伙伴

5.4定价策略

5.5 市场联络

广告宣传：主要以发宣传单页为主，发放地点为各个高校

互联网宣传：制作网页进行宣传

6. 运营组织设计

6.1 组织结构

6.2 团队成员岗位描述和要求

总经理兼营销经理

岗位描述：主要负责决策团队下一步计划，制定团队目标，对各个部门进行调控，控制团队大体走向。制定营销计划，掌握营销市场，与顾客签订协议。

要求：有果断的决策能力，能随机应变，有长远的眼光，有一定的营销能力。

财务经理

岗位描述：协助处理团队事务，负责与部门交接，及时修改部门计划。制定财务计划，登记财务报表。

要求：有高度责任感，有良好的会计基础。

公关经理

岗位描述：协助处理团队事务，协助制定团队目标、计划。制定公关目标，寻找合作伙伴，签订合作协议。

要求：有优异的沟通能力、应变能力。

6.3 建立团队愿景、使命和精神

团队愿景：初期在临港园区打响名声，中期在浦东高校提高粉丝量，后期扩展整个上海高校市场。使命：为喜爱青春的人，留下最青春的校园回忆。

精神：坚持不懈、追求完美

7. 财务计划

7.1 资金需求与使用计划：

7.5 投资收回年限

经损益估计表看，我们团队可以在第一年收回投资的一半，但由于要将净利润用于下一年的流动资产，所以我们打算用3年收回投资。

8. 风险控制

8.1 法律风险

相关人员法律素质，我们团队对国家支持大学生创业政策，团队的规章制度等的了解程度；顾客不满意我们的制作要求我们赔偿她的损失，该事件可能一个月或三个月会发生一次；合作方的综合状况。

8.2 竞争风险

美团之类的团购价格比较实惠，而且市场上都是有一定经验和口碑的影楼，摄影技术和照片处理都比较娴熟，相比之下我们只有抓住学生追求个性的特性和其消费水平与之竞争。因此我们得薄利多销，保证质量。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度:

点击下载文档

搜索文档