

# 生态养鸡创业计划书(实用5篇)

计划是一种为了实现特定目标而制定的有条理的行动方案。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

## 生态养鸡创业计划书篇一

### 一、 项目背景

我国加入wto后，国内农业产品将受到巨大的冲击，以往农产品、农畜产品由于滥用抗生素、激素，药物残留严重，将无法与国外的农产品相抗衡。而我国在化肥、化学农药、抗生素的大量使用带来的土地肥力下降、环境污染加剧等负面影响对人们群众的食品安全潜伏着巨大的危机。从而迫使我们重新考虑农业发展方向和发展模式。

现在，人们已认识到生态农业是中国农业发展的希望，因此，大力发展微生态制剂的产品，生产绿色有机食品，建立生态基地，市场前景应比较看好。这正如中科院院士魏曦教授指出：“伟大的抗生素时代后必将是更加辉煌的微生态时期”。

我国是个农业大国，目前，在国家调整农村产业结构的大背景下，生产无污染的绿色食品是农业产业结构调整的重要方向，国内种植、养殖企业都需要获得生产绿色食品的微生物技术的支持。因此，发展生态农业才是中国农业参与世界竞争的必经之路。所以，投资和应用发展微生态技术，市场前景相当广阔，具有不可限量的前途。

### 二、 产品分析：

微生物制剂以其对动物饲养、农作物增产，对环境改善的显

著作用，已越来越被人们重视。很多地方政府也在大力推广这一高新生物技术。近年来生物农药、生物肥料、生物饲料添加剂发展很快，如：肥力高、生态宝em菌、伊藤菌、益生菌、酵素菌、增产菌等，而且，目前还有更多的大规模的各种微生物制剂的生产厂家正在投入生产。因此，市场已经有一定的成熟度。

### 三、技术研制背景：

首先生物菌是有生命的、活的细菌，它是通过这些活菌及其代谢产物等活性生物因子对动植物发挥作用的。由于，生物菌的保存受到温度、时间、光照等因素的影响，通过运输、储存等流通环节到用户手中时，很多细菌已经死亡，直接影响了使用效果，其次，通过工业化生产的微生物制剂，产品价格过高，目前市场价在20-40元/公斤。因此造成增产不增收，这也是造成微生物制剂难以推广的重要原因。

根据以上的这些问题，要是能研制开发一种能让用户自己直接生产微生物制剂的技术，把生物菌制剂生产的主动权交给用户，让用户根据生产的实际需要随时生产，从而使生物菌制剂在其具有生物活性时就使用，既达到最佳使用效果，又大大降低了使用成本。

### 三、技术构成：

微生物菌种+核心培养基+微生物反应器配套而成，整套技术大概在3万元左右。

### 四、应用方向

本技术的诞生，对生态菌技术的普及具有重要的作用。在农业、畜牧业、环保、资源再生利用等各行各业都能使用。具体使用行业包括：

种植业:粮食作物、经济作物、蔬菜水果作物、果树花卉、园艺绿化等;

养殖业: 养禽场、养猪场、养渔场等养殖企业;

环保部门:垃圾处理厂、污水处理场、

## 五、 目标市场

1) 大型养殖场、2) 畜牧畜医站、3) 农村村社、专业户、生态示范区;

4) 农业技术推广站、5) 个人投资者

## 六、 市场预测:

目前我国有各种规模的养殖企业数十万家, 种植企业数万家, 饲料行业企业一万多家, 一千多个行政县, 另外, 还有城市的环保: 如生活垃圾的处理, 以及公厕的处理等, 市场的发展需求巨大。按市场份额的15%的占有率计, 公司将生产销售3万台培养器, 市场利润为30亿元。(此数为粗略计)

## 七、 市场运作:

由于资金的不足, 根据目前的实际情况, 一是寻找合作者, 继续完善系列技术产品, 二是找一些重点用户, 开始以免费试用的方式使用公司产品, 等结果使用见效后, 再跟客户算成本帐, (一万头养猪场引进配套技术只需3个月之内就可将成本收回)。让资金尽快回笼。三是发展代理商。

## 四、 力争3年内形成完善的销售体系。

## 本计划项目的问题:

1、 资金问题,

2、 怎样提高市场占有率，由于是新产品，必须让用户试用，周期较长。

3、 怎样尽快形成卖点？

## 一、项目背景

我国加入wto后，国内农业产品将受到巨大的冲击，以往农产品、农畜产品由于滥用抗生素、激素，药物残留严重，将无法与国外的农产品相抗衡。而我国在化肥、化学农药、抗生素的大量使用带来的土地肥力下降、环境污染加剧等负面影响对人民群众的食品安全潜伏着巨大的危机。从而迫使我们重新考虑农业发展方向和发展模式。

现在，人们已认识到生态农业是中国农业发展的希望，因此，大力发展微生态制剂的产品，生产绿色有机食品，建立生态基地，市场前景应比较看好。

我国是个农业大国，目前，在国家调整农村产业结构的大背景下，生产无污染的绿色食品是农业产业结构调整的重要方向，国内种植、养殖企业都需要获得生产绿色食品的微生物技术的支持。因此，发展生态农业才是中国农业参与世界竞争的必经之路。所以，投资和应用发展微生态技术，市场前景相当广阔，具有不可限量的前途。

## 二、产品分析

微生物制剂以其对动物饲养、农作物增产，对环境改善的显著作用，已越来越被人们重视。很多地方政府也在大力推广这一高新生物技术。近年来生物农药、生物肥料、生物饲料添加剂发展很快，如：肥力高、生态宝em菌、伊藤菌、益生菌、酵素菌、增产菌等，而且，目前还有更多的大规模的各种微生物制剂的生产厂家正在投入生产。因此，市场已经有一定的成熟度。

### 三、技术研制背景

目前各种微生物制剂的试验效果也很好，但生产应用并不广泛，并未成为农业生产的最基本、最普遍的手段。为什么这一高新技术得不到很好的推广呢？为什么出厂时效果很好的生物菌制剂，而到用户手上时效果就很差呢？这就要从生态菌本身的特点谈起。

首先生物菌是有生命的、活的细菌，它是通过这些活菌及其代谢产物等活性生物因子对动植物发挥作用的。由于，生物菌的保存受到温度、时间、光照等因素的影响，通过运输、储存等流通环节到用户手中时，很多细菌已经死亡，直接影响了使用效果，其次，通过工业化生产的微生物制剂，产品价格过高，目前市场价在20-40元/公斤。因此造成增产不增收，这也是造成微生物制剂难以推广的重要原因。

根据以上的这些问题，要是能研制开发一种能让用户自己直接生产微生物制剂的技术，把生物菌制剂生产的主动权交给用户，让用户根据生产的实际需要随时生产，从而使生物菌制剂在其具有生物活性时就使用，既达到最佳使用效果，又大大降低了使用成本。

### 四、技术构成

微生物菌种+核心培养基+微生物反应器配套而成，整套技术大概在3万元左右。

### 五、应用方向

本技术的诞生，对生态菌技术的普及具有重要的作用。在农业、畜牧业、环保、资源再生利用等各行各业都能使用。具体使用行业包括：

种植业：粮食作物、经济作物、蔬菜水果作物、果树花卉、园

艺绿化等；

养殖业：养禽场、养猪场、养渔场等养殖企业；

环保部门：垃圾处理厂、污水处理场。

## 六、目标市场

1) 大型养殖场、2) 畜牧畜医站、3) 农村村社、专业户、生态示范区

4) 农业技术推广站、5) 个人投资者

## 七、市场预测

目前我国有各种规模的养殖企业数十万家，种植企业数万家，饲料行业企业一万多家，一千多个行政县，另外，还有城市的环保：如生活垃圾的处理，以及公厕的处理等，市场的发展需求巨大。按市场份额的15%的占有率计，公司将生产销售3万台培养器，市场利润为30亿元。（此数为粗略计）

## 八、市场运作

由于资金的不足，根据目前的实际情况，一是寻找合作者，继续完善系列技术产品，二是找一些重点用户，开始以免费试用的方式使用公司产品，等结果使用见效后，再跟客户算成本帐，（一万头养猪场引进配套技术只需3个月之内就可将成本收回）。让资金尽快回笼。三是发展代理商。四、力争3年内形成完善的销售体系。

## 本计划项目的问题

### 1、 资金问题

2、 怎样提高市场占有率，由于是新产品，必须让用户试用，

周期较长。

### 3、 怎样尽快形成卖点？

#### 一， 概要；

首先成立企业名称为安心农产品合作企业。公司性质为合伙企业。企业地址为浙江省开化县山底村（这是我的家乡）。合伙人有我，姐夫张某，表哥郑某。我占企业股份的40%，其余两人各占30%。企业主要从事农业的蔬菜，水果，水产品的养殖和销售。产品主打生态，安全，无污染的安全食品。目标市场主要面向开化县城以及杭州，宁波等追求高质量食品的高消费地区。营销策略主要采用4p营销方式。从产品的本身，促销，渠道，以及价格方面入手。综合考虑个方面的影响因素，努力提高产品的销售额。

企业主要设立决策部门，生产部门，销售部门，运输部门，采购部门，财务部门，生产部门主要负责山上的果树的维护，农田蔬菜的种植，池塘以及河道鱼苗的养殖，以及各种具体养殖方面的具体事项的生产和安排。而企业的销售部门主要负责产品的销售以及产品市场的拓展和巩固。运输部门主要负责产品的运输，以及物资的运输。采购部门主要负责种子，鱼苗，果树，化肥的采购。决策部门主要负责协调和决策企业综合各类事务。财务部门主要负责财务的计算以及融资计划的具体实施。

企业目标市场主要为城市的中高级酒店和高收入的家庭，我们的企业产品主要是生态，安全，无污染，所以产品的营养价值较高，不含有有害成分，所以相对其他企业的产品生产的投入和成本就相对较高，所以价格也相对高些，所以目标市场主要是放在高收入人群集中的各大城市。

企业的资金由三个合伙人共同出资，其中包含三人的现金出资和三人的土地，农田，池塘出资。总共出资额合计为人民

币120万。其中现金为人民币100万。当企业资金出现短缺时，各合伙人协商进行资本的募集。

企业预期第一年投入资金50万元，第二年预期投入30万元，往后资金投入看市场预期有计划的投入。并预计第一年部分产品可以投放上市，可有20万元的收入，随后各年看具体的市场行情逐一增加。

由于近年来食品安全越来越受到重视，作为我们每天餐桌上的必需品，蔬菜，水果以及水产品的生产安全更受到大家的关注，所以我认为开发和生产高效，生态，安全的无污染的生态农产品具有很大的市场价值和前景。

1 / 8

本企业的产品主要分为水果，蔬菜，水产品。水果主要有：西瓜，提子，葡萄，柑橘，猕猴桃，等各个季节都可以有水果上市销售，保证企业的市场占有率。蔬菜主要包含我们日常生活中各类蔬菜同样每个季节都有相应的蔬菜可以上市销售，水产品主要有各类淡水鱼以及虾蟹等水产品。产品种类丰富，层次分明，市场的抗风险能力强。

产品的特点就是，绿色，无污染，安全。这既是产品的特点也是其独有的竞争优势。现在农产品的各类添加剂，以及农药残留，重金属严重污染的新闻频频爆出，所以安全无污染的农产品受到大家的喜爱，既是价格上相对较高可这对市场的需求毫无影响。所以只要我们企业做好安全生产，那么这就是我们产品最大的特点和竞争优势。对于产品的市场前景预测，我认为是十分乐观的，首先无污染的农产品市场需求就是供不应求，同时政府政策的大力支持，以及现在对于生产无污染农产品技术的进步及相关政策法规的支持。同时市场上同类产品较少，虽然有很多商家也说自己是安全无污染的产品，但事实证明很多企业为了追求利益，那些所谓的无污染都是欺骗消费者的。因此我认为本企业主打的产品市场



前景是十分乐观的。

对于产品的生产我们企业必须严格把关，绝对不允许出现不符合卫生标准的产品流入市场给企业带来各方面的不必要损失。所以要加强对产品在生产，运输，销售等各个环节的监管，保证进入到各家餐桌上本企业的产品都是无污染的。

对于水果类产品的生产，企业必须努力学习新技术，及时的对水果品种的更新并提高水果的品质，同时要邀请农业专家对果树的病虫害防治以及农业最新技术对本企业的技术人员进行教学。提高技术人员的技术水平。

对于蔬菜类产品同样要及时引进新品种，并及时根据市场的需求做出及时的种植调整，并且企业要有能力推出商场上没有的但能使其产生巨大需求的产品。从而提升企业在这一产品领域独有的占有率。

对于水产品类要以市场为导向，根据不同的市场需求要对不同种水产养殖进行一定比率的调整，同时要及时掌握新的养殖技术和繁殖技术。

综上所述，对于产品与服务这块最主要的是要保证产品质量的安全—这是我们一个农产品企业的根本如果连这个都不能保证那我们企业就没有任何发展机会和资本。同时在注重企业的产品质量安全的同时，必须要对企业各类农产品进行创新和发展，创新主要是对农产品的品种以及农产品的养殖，种植培育，等技术方面的创新和发展，从而提高企业产品的质量 and 产量，为企业带来更大的收益。

### 三，市场分析

对于全方位生态农业进行必要的市场分析是十分必要的，其可以让企业正确认识企业所处市场的具体情况以及从市场分析中找出企业的优势和不足从而帮助企业更好的发展。

## (1) 宏观环境分析

企业做宏观环境的分析，政府的政策规定，法律法规等都可能直接或者间接的影响企业的生存和发展。对于目前所处阶段，政府对于生态农业的发展是极大的支持的，每年政府都要对农业生产进行相应的补助。同时在税收方面也有极大的优惠。并且农业部还会经常配农业专家进行技术指导。所以在宏观环境方位对企业是十分有利的。

## (2) 行业环境分析

下面从行业环境进行分析，对于生态农业虽然其概念较早提出，但其真正实施的时间并不长，行业发展并不成熟，处于一个相对来说较慢的成长的起步阶段，这一阶段市场增长率很高，需求高速增长，技术趋于成熟，但还是相对于起步阶段且市场缺口十分巨大，所以从整个市场上看是十分有利于新企业入内的。就是说行业的机会和前景是十分被看好的。

## (3) 竞争者的比较分析

对于竞争者的比较分析，对于本地区的竞争者，本企业做了分析，在浙江开化地区虽然有水果，蔬菜，水产品的生产，但是其规模相对较小，生产第一，技术含量不高，销售方式主要是分散式销售，产品质量不高，基本为家庭生产经营，抗风险能力，以及资金供应方面能力较差。在市场占有率上并没有行业的特强的占有者，所以在竞争者方面并不存在很大的挑战。

## □4□swot分析法

下面在对企业的内外环境做一个具体分析。采用swot分析法。其主要是指企业的优势，劣势，机会，威胁。其中优势和劣势指的是企业的内部因素，而机会和威胁指的是企业的外部因素。

下面的表格就是具体的swot分析。

3 / 8

### 三， 营销计划

营销是企业经营中最富挑战性的环节，影响营销策略的主要因素有：(1)消费者的特点；(2)产品的特性；(3)企业自身的状况；(4)市场环境方面的因素。最终影响营销策略的则是营销成本和营销效益因素。 营销策略应包括以下内容：(1)市场机构和营销渠道的选择；(2)营销队伍和管理；(3)促销计划和广告策略；(4)价格决策。 对创业企业来说，由于产品和企业的知名度低，很难进入其他企业已经稳定的销售渠道中去。因此，企业不得不暂时采取高成本低效益的营销战略，如上门推销，大打商品广告，向批发商和零售商让利，或交给任何愿意经销的企业销售。对发展企业来说，它一方面可以利用原来的销售渠道，另一方面也可以开发新的销售渠道以适应企业的发展。

#### (1) 营销目标

作为一个企业必须首先确立自己的营销目标，所以我们安心农业生态企业的营销目标是通过营销扩大品牌的影响力，打招品牌的知名度，提高品牌的美誉度。通过营销将产品的特点，品质。价格更广泛的传播。让更多的消费者对我们全方位的生态农业产生兴趣，并使其形成购买者或潜在购买者。从而扩大企业的销售量提高企业的利润，并使企业在这一领域形成独有的影响力和品牌效应。为占本地区市场打下良好的基础条件。

#### (2) 目标市场

安心生态农产品的市场定位就是生态，无污染，高品质，中高端放心农产品的定位，满足那些对农产品具有高质量要求

的消费群体。

#### (4) 营销组合策略

采用4p营销组合战略。具体的产品，促销，价格，渠道。下面就具体分析各个营销组合。

产品策略;安心生态农产品以，生态，无污染，安全高质量为目标，以质量第一打造绝对放心的农产品，并积极创新，用新技术，新产品拓宽市场份额，形成自己在这领域独有的影响力.

促销策略;进行必要的商业广告宣传，加上人员推广，并建立生态园基地供消费者自行参观和采摘。

渠道策略;采用直接营销的策略，联系好收购方由本企业直接发货。同时利用互联网营销，建立企业自己的b2b,b2c平台。

价格策略：以市场价格为导向，同时要发映该产品本身有的价值，所以产品的价格要高于普通产品价格的10—20%. 以此体现我们生态农产品的价值并使得企业得到该有的利润。

#### 四， 财务分析与预测

下面发映的是部分成本预算表单位为（元）。

总上所有费用合计为480000rmb[]上述投资为前期投资加一年工人工资，所以起步阶段投资量较大，随着持续经营投资成本会很快收回。

下面就做一下简单销售预测其主要为最近三年的企业销售收入的预测单位为（元）。

将上述的成本计算成三年。预计三年的总成本为100万。所以

当三年的销售收入减去三年的成本合计后，刚好达到收支平衡。当然水产品和果树有一定的生长周期一年内不能全部上市，所以预计四年后安心生态农业企业能实现盈余。预计每年盈余至少是30万。

## 六，融资计划

为了能使安心农产品企业有足够的资金进行企业前期的运转。三个合伙人各自投入资金如下单位（元）

时的价格折算为20万人民币。所以三人股权分配为我占40%。张某，郑某个占30%。

上述所有文字及数据就是我关于全方位生态农业创业方案的创业计划书，其中主要是对生态农产品创业计划中所要遇到的关于产品与服务，市场分析，营销计划的组合，财务分析的预测以及融资方式的简单描述。

注释：本计划书完全有本人自己所写，非经本人同意许可不得任意使用。

## 参考文献；

- （1）创业管理，杨安 兰欣 刘玉 清华大学北京出版社。
- （2）市场营销学，郑其方，蓝天出版社。

随着人民生活水平提高，对生活质量也有了更高的要求。我们将围绕“安全、品质、高端”，为新兴起的中产阶级提供一笼子农产品解决方案。

## 一、目的

1. 以“公司+基地+农户+综合专卖店”的模式，建立一个综合型的生态农业公司；

3. 适时引入悠闲游产品（注意与丹霞山旅游相结合）。

## 二、重点难点

高标准严要求，强化品牌意识，做良心农业

运用循环系统原理，生产无公害、无污染绿色农产品，取得国家相关认证

## 三、步骤

1. 第一年是探索期，主要目标是先把猪养起来，养好。转让部分股权，把公司的框架搭起来。

第一年猪的数量大概在100头之内。研究出土猪规模式养育的各环节的正确做法，包括繁殖、育肥、屠宰、销售、运输、加工等。

多与政府合作，寻求其在公司政策补贴、打造品牌、扩大规模等方面的支持。

2. 第一年末、第二年初，在县城开设综合专卖店。综合专卖店的模式是农产品小超市，商品包括土猪肉、米、青菜、花生油等，全部是或者大部分是自有产品。产品要逐渐填满。

3. 第二年，扩大生猪的生产规模，500—2000头；同时，米、菜、花生油也开始跟进生产。

综合专卖店开始进入韶关市区和周边县城。

4. 第三年，生猪的生产规模，5000—10000头，并开始引入观光悠闲游。综合专卖店开始进入珠三角主要城市。

## 四、融资

第一年，以公司估值100万元为基础转让15%左右的股权，用以公司起步相关费用；

第二年，以公司估值2000万元为基础转让10%左右的股权，主要用以猪场扩建，以及建设专卖店、小碾米厂、小榨油厂。

## 五、支出

第一年，公司只需负担猪场建设费（部分）、猪苗购置费、1—3个工人的工资、药费、运输费、办公费等基本费用。这一年猪粮的大部分费用不列入公司支出，由谭负担。第一年，谭不领工资。

# 生态养鸡创业计划书篇二

## 一、企业概况

主要经营范围：我园主营为自然农业，以养殖为主。

本企业类型：零售

## 二、创业者概况

本人从事过餐饮、复印、印刷等工作，但市场感觉自己的能力没有得到发挥，在一个偶然的机会接触了农牧业，决定从事。

本人84年高中毕业后，在旅游学校学习餐饮、在河北中科电脑学校通过了中级课程，随后在南开区烹饪学校取得了烹调技能三级和面点三级证书。在国外巩固了餐饮技能，锻炼了口语能力。

## 三、市场评估

## 目标顾客描述

我们发展的宗旨是让更多的人吃上高质量的鸡蛋，更多的绿色食品。因为现今人们已经意识到了农药对人体的伤害，在市场上有多少商品让人们放心?有多少产品能保持原产品本色?几乎没有，这些商品都多多少少地失去了他们原来的本色。人们生活水平的提高，会对绿色食品更加依赖，所以本商品是有顾客的。先在天津两个区销售，由于价格不太高且味道鲜美，利用顾客的口碑为我们宣传。

## 本企业预计市场占有率

我园产品现仅面对和平区、河北区，人们很能够接受本产品。占有率约20%，如我公司将经销范围扩大到六个区，我相信我们的市场占有率会有极大地提高。

目前，人们对自己健康很关心，已意识到了农药对人体的伤害，已经形成了一种绿色意识，所以对本公司的产品有相当的认同度。预计将在天津各地建立我们的分销机构，扩大销售量的同时，宣传产品。

## 竞争对手的主要优势：

笼养饲料蛋鸡蛋产量较高，易管理，蛋鸡死亡率低，蛋皮干净吸引顾客眼光。

## 竞争对手的主要劣势：

## 四、市场营销计划

### 产品

由于我园所购鸡是淘汰鸡，从小到大多次防疫，不会出现大面积死亡



特征：成本低，蛋质好，蛋清稠，蛋黄正，味道鲜美

## 生态养鸡创业计划书篇三

人们生活水平的提高，会对绿色食品更加依赖。以下是小编分享的养鸡创业项目计划书，欢迎大家阅读！

项目名称：林地生态养鸡

经营范围：土鸡、土鸡蛋

项目负责人：

项目投资：10万元

场地选择：下孤山林地

### 1、市场需求分析

随着社会进步和人民生活水平的日益提高，人们的生活水准产生了不断变化，特别是吃食方面，普遍追求无公害和土味、野味，生态土鸡养殖场正是迎合人们对“土”字的要求，利用优质鸡苗，在环境优美，无污染的大自然放养，在林地间可食天然虫草，蚱蜢、蚯蚓等，又以补饲玉米、稻谷、地瓜、糠麸等杂粮为主要饲料，运动充足，山地放养时间为4个月以上。所以，其鸡体紧凑，羽毛光亮，眼大有神，皮簿骨细，肌肉丰满结实，脂肪沉积适度，酮体漂亮，肌肉中氨基酸含量高，而且品质细嫩、口感好，味道鲜美，风味独特，深受消费者的喜爱。同时，由于土鸡和土鸡蛋营养丰富，是少年儿童发育和老年病后恢复的进补品，有着与圈套养鸡所不能具备的特点，因此，该产品在市场上供不应求，有着良好的发展前景。

## 2、市场竞争与效益分析

经济效益分析：年饲养12000只土鸡，需鸡苗、饲料、防疫费等生产成本7万元，其产出土鸡、土鸡蛋收入为14万元，除去成本，获利7万元。因此，具有较好的经济效益。

社会效益分析：林地无公害食品是当今社会人们在吃食方面所向往的，林地放养土鸡正是迎合了社会的需要，满足人们的需要，对增强全社会体质有着积极的作用。同时，果园间放养土鸡有利于提高土壤肥力和害虫防疫，因此，建规模土鸡放养具有一定的社会效益。

生态效益分析：林地放养土鸡有利肥沃林地，吃食害虫，具有保护生态环境的作用。

## 3、养殖与环境的互利

在林地放养土鸡不但可以节省饲料，而且达到无公害使鸡肉味道鲜美，具有丰富营养价值。据调查一只鸡一到两个月可排粪4.09公斤，而鸡粪是一种优质的有机肥，其含氮、磷、钾各种元素，将鸡粪发酵后施肥农作物可直接吸收，促进肥料和养分的分解，让作物根系尽快吸收到养分。

### 1、近期计划

在一年之内，将养鸡场办成养鸡企业。以每月进1000只优质鸡苗饲养，采用滚动式发展做到月月批量销售，在已有销售渠道发展成为一个具有特色的绿色食品品牌。

### 2、远期计划

在三年之内，建立土鸡，林地以及其他家禽多样化综合发展模式。养殖企业将利用荒山、林地，用土鸡粪以便发展和绿化林木。另外，本企业将进行土鸡产品深加工，如速冻土鸡，

土鸡等，增大产品的附加值，提高经济效益，最终成为立体的生态的多样化的综合养殖企业。

### 1、薪资预算

饲养员2名，技术员1名，月薪1000元。

### 2、投资预算

说明：投资预算按一年的时间计算。

(1) 场地建设费：5000元

(2) 值班室、饲料间：6000元

(3) 运输车一辆：20000元

(5) 网子，料罐，油费等其他杂费3000元

综上所述，一年的投入资金需要10.1万。因为土鸡在一年内分为几批饲养，所以前期投入资金不需要10.1万。按鸡苗，疫苗药品，饲料三种大宗耗费计算，第一批土鸡需要3.1万元，前期投入资金约为5万，鸡场总投入为3.55万，另有2万流动资金。(注：在市场分析中的成本不包含农用车费，固定场所费用是折合计算的。)

### 3、经营成本预算

年饲养土鸡12000只，总成本为10.1万元。

#### 1、经营风险

(1) 选择经营场地的地理位置是否合理；

(2) 蛇鼠等害物的侵袭；

- (3) 鸡苗是否高数量存活;
- (4) 疾病的防治是否到位;
- (5) 销路是否畅通;
- (6) 饲料等物品的价格是否低廉, 实际投资是否超出预算;
- (7) 管理制度是否完善。

## 2、控制办法

- (1) 选择经营场所必须进行实地考察, 多选几个点, 多提几个方案, 请专家评价选最佳方案。
- (2) 鸡舍设置合理, 场地进行蛇鼠防御工作。
- (3) 采取优质鸡苗, 提高工作人员育雏技术, 建立科学、高质量的育雏室。
- (4) 聘请专业土鸡疾病防治技术人员, 将疾病防治工作放在重要位置。
- (6) 囤积饲料, 多家比较, 合理购买, 对每次投资要进行经济核算, 在预算时要宽松或上下互补。
- (7) 采取先进的管理制度, 合作社—农户—雇员相结合的模式。

## 1、营销策略

大户与散户相结合, 组建专业合作社, 增加商品产量, 逐步扩大市场, 最终打造品牌。

## 2、营销方式

- (1) 熟人推荐：利用熟人介绍。
- (2) 公关营销：利用鸡贩子关系，由鸡贩推广营销。
- (3) 宣传推广：到各乡镇、城市综合市场进行宣传推广工作，特别是城市里主要的综合市场的宣传。
- (4) 酒店宣传：到酒店、餐馆、农家乐等地方宣传。
- (5) 人员推销：直接推销。
- (6) 街道设点：在主要综合市场设立销售点，进行直接销售。

### 3、经营计划

- (1) 将养殖林地发展成2个，形成轮换放养模式。
- (2) 联系小贩和大的收购户，稳定销路。
- (3) 成立养鸡合作社，实现规模化经营。
- (4) 设立街道销售点，提高经济效益和知名度。
- (5) 联系酒店、餐馆等，建立固定的买家。
- (6) 近期计划完成，将实施远期计划，最终建立多样化综合养殖企业。

一是政治学习不够自觉。自己总是感觉到理论学习是软指标，往往是上级要求学什么就学什么，自觉主动抽时间静下心来学习比较少，利用工作空闲和业余时间学习也比较少，经常以工作忙、任务重和事务性工作多等理由，缺乏持之以恒自觉学习政治理论的精神，有时只停留在学过、看过，学得不深不透，缺乏系统性和连续性，存在实用主义倾向，常常是需要什么学什么，急用什么学什么，遇到问题才翻理论、政

策，碰到材料才找依据、查资料，往往把工作放在第一位，工作一忙起来，就把政治理论学习放松了。

二是道德修养有时放松。按照三严三实的要求，严以修身是基础。作为一名基层公务员应该懂得道德是衡量一个人的标尺，尤其是领导干部，应该是遵守道德规范的中坚力量，同时也是履行道德义务的示范者。但深刻反思，自己党性修养还不够，面对不良风气不敢批评抵制，对不良现象不敢较真碰硬，对歪风邪气不作斗争，视而不见，在党员干部中没有树立起真正的模范形象，尤其在与智者对话、与高手切磋、与精英交友的工作中以自己行动说服群众、影响群众、带动群众的表率作用发挥不够。

三是对工作要求不严，谋事方面存在不实。有时对上级精神领会不到位、思考不全面，特别是对不是自己分管的工作，对一些看似软性的工作，有时存在着应付以求过关的想法，影响了工作效果。对全镇的大局考虑不周到，不全面；在工作中，特别是对不是自己分管的工作，有时会局限于主要领导布置什么做什么，没有把自己放在全局的角度去考虑，对全局性的工作，深入思考比较少，好的建议也不多，总认为只要做好自己分管的工作即行，考虑到了有越位之嫌，有时产生的新想法也只是停留于心动而无行动的状态，主观上有不想得罪人，怕得罪人的心理。

四是存在怕担责意识，严以律己方面做得不够。对一些重点工作，难度大的工作，不愿意积极主动地承担，缺乏一抓到底的韧劲，担当意识不强。例如在个别村社发生矛盾纠纷时，有些需要自己协调的工作，让驻村干部去处理，而自己则遥控指挥。对服务对象的疾苦、诉求重视不够，对日常事务性管理松懈，倡导节俭、反对浪费方面想得不多，强调不多，要求不严。例如，生活中有以私人名义主动或被动参与宴请的行为。

五是联系群众不够紧密，做人方面不实。虽然能够广泛听取

方方面面的意见，但不能准确掌握大多数群众的所想、所需、所求，影响为民办事的效率。有时习惯于坐在办公室，想问题、看材料、听汇报，了解的很多情况都是纸上、网上的东西，对群众的实际情况和需求，存在的问题和愿望，自己直接面对和了解得不多、不透、不深、不广。因此，工作中对问题的思考和决策，自然就会不全面、不及时。

六是工作方法不多，在创业方面存在不实。总感觉服务对象有需求再服务，尽量少去打扰基层，主动问主动服务的意识缺乏，因而造成了服务落实不太到位。同时创新精神不足。在解放思想，更新观念，创新工作方法和手段方面有所欠缺，忙于应付多、主动落实少，研究情况多、解决问题少，缺乏创造性开展工作，改革创新意识有待增强。

以上问题的存在主要原因是自己理论学习不够重视，思想上有得过且过思想，缺乏担当意识，认为自己年龄偏大，有不思进取思想。

针对以上问题，本人通过认真反思，对照xx提出的三严三实和新时期五好干部的要求，本人应从以下几个方面认真加予整改：

一是加强学习的自觉性，重点是进一步加强政治理论学习，增强党性修养，坚定理想信念，提升道德境界。把加强政治理论学习摆在自身建设的首要位置，重点学习党的xx大和xx届三中、四中和五中全会及中央和省市重要会议精神，学习党的路线方针政策以及最新理论，切实增强政治敏锐性和鉴别力，以理论上的清醒，促进政治上的坚定。坚守共产党人的精神追求，时刻提醒自己，严把思想关口，认真践行三严三实，努力提升自己的理论功底和业务能力。

二是改进工作作风，增强工作的主动性和自觉性，强化宗旨意识，树立无私奉献和艰苦奋斗的精神。把个人价值的实现与社会需要、群众需求紧密结合起来，坚持党的事业第一、

人民的利益第一。进一步强化担当意识，深入基层，联系群众，倾听群众意见，努力做到善于克服消极思维、模糊认识所造成的各种束缚，破除急躁情绪，迎难而上，积极工作，不断完善和提高自己的能力，脚踏实地的投入到工作中去，努力提高工作能力和服务水平。

三是进一步解放思想，更新观念，增强工作的创新意识，在坚持做好工作的基础上，要不断总结和完善工作经验，提出新思路、新方案，拿出新举措，开创工作新局面。

四是注意工作方法，切实转变工作作风，加强与班子成员和一般干部的沟通和协调，多下村调研解决实际问题，突出抓好重点工作和难点工作，进一步提高工作效率。

五是增强工作责任意识，大局意识，遇事敢于担当，多从全镇大局上考虑问题，积极围绕上级和镇党委政府中心工作，多为领导出主意、想办法、提建议，当好参谋助手，杜绝老好人思想。

总之，通过这次三严三实教育学习活动，自己一定要以一个领导班子成员的身份严格要求自己，以先进典型为镜子，知错就改，努力做信念坚定、为民服务、勤政务实、敢于担当、清正廉洁的新时期五好干部。

## 生态养鸡创业计划书篇四

xx黑鸡体型中等大小，体躯紧凑，结构匀称。成年公鸡体重1.8千克，其体态雄伟而健壮，鸡冠为单冠，直立而鲜红，体羽呈黑色；成年母鸡体重1.5千克，单冠，体羽黑色，体形清秀□xx黑鸡肉细味美，是上乘营养滋补佳品。

公司发展的理念是：生态、环保、健康。目的是让更多的人



吃上高质量的鸡肉，更多的绿色食品。因为现今人们已经意识到了药物残留对人体的伤害，在市场上有多少商品让人们放心?有多少产品能保持原产品本色?几乎没有，这些商品都多多少少地失去了他们原来的本色。随着人们生活水平的提高，随着饮食条件的改善，人们的观念也在发生着变化，他们不会再关心温饱问题，而是更多的关注吃进去的东西是否健康，自然而然地对绿色食品更加青睐，所以本产品的销售前景非常大。我公司的产品都是严格按照精选健壮的上等鸡苗，科学的免疫程序，传统的林网放养的方式，坚持足够的饲养日龄上市等生产程序生产的，所以能够完全满足消费者的要求。

公司面临最大的竞争对手是肉鸡产品。

(一) 竞争对手的优势和劣势:

1. 优势:

饲养周期短，成本低，易管理，可大规模生产

2. 劣势:

肉中水分含量高，蛋白质含量低，脂肪含量高，肉质口感差，抗病力差，肉受合成饲料的影响含有大量的添加剂、激素、抗生素之类对人体有害的物质。

(二) 本公司产品的优势和劣势:

1. 优势:

蛋白质含量高，营养全面，抗病力强，肉质细腻鲜嫩，因此是补身健体的上等食品，对人体无副作用，可称之为绿色食品。

## 2. 劣势：

饲养周期长，成本高，大规模生产比较困难。目前，人们生活已经认识到“健康”是最重要的，也逐步了解了一些产品对自身的危害或不利于健康，也在逐渐地向绿色食品、健康食品靠拢，这说明大家已经有了这种“绿色意识”。所以本公司的产品有消费者很高的认同度，也有广阔的发展空间。

土鸡养殖的风险主要体现三方面：

1、价格风险：肉价市场的变动。以目前物价的上升和生活水平的提高，土鸡的价格波动较低，因此价格风险也较低。

2、疾病风险：目前马立克氏病、鸡新城疫、禽流感、传染性法氏囊病、鸡白痢、鸡痘、传染性支气管炎、球虫病、线虫病等为主要防疫对象。饲养土鸡，虽然疾病发生较少，但也必须实施以“预防为主、防治结合”的原则。养殖业最大的风险也就是疾病风险，当然这种风险是可以控制到最低。

3、自然灾害风险：水灾、火灾、雪灾、气温等风险系数不高。

### (一)经营方式

公司性质：个人独资或股份合资企业

公司名称：沧州市圣农兴邦农业发展有限公司

公司员工组成：经理1人，员工6人，顾问4人，欲招聘数人。

### (二)场址选择

场址选择应符合以下几点：

1. 交通方便，远离居民区、公路，噪声污染小；

2. 座北朝南，避风向阳，水资源充裕；
3. 土地面积大，易于管理；
4. 地势较高，土质结实。

## 生态养鸡创业计划书篇五

创业计划书是将有关创业的想法，借由白纸黑字最后落实的载体。下面是关于养鸡创业计划书范文的内容，欢迎阅读！

养鸡是我国城乡广大人民群众一项传统的、具有投资少、规模小、见效快的饲养业。投资养鸡是一种长久实业，只要懂些技术，再加上勤劳奋斗，人人可以致富。鸡的品种按其经济用途分为蛋用鸡、肉用鸡、蛋肉兼用鸡和药用或观赏鸡四种。一般来说，传统养鸡以自繁、自养为主。但因近年来自繁自养已不能满足社会需要，对于养鸡户不断增多，饲养量大量增加，普通养殖户依靠科技提升养鸡技术成了当务之急。

1. 公司名称：营养鸡
2. 公司宗旨：真正绿色、健康、营养好鸡
3. 公司服务：一只鸡，一份心意，一碗鸡汤，一份健康
4. 公司形式：个体户
5. 公司经营方式：特色生产销售经营

### 1) 行业现状

我经过对湖北部分的蛋鸡养殖厂走访调查，以及销售市场调研，目前，湖北省养殖蛋鸡的养殖业虽有较大规模，但总体

上看，仍然具有很大的发展空间。特别是蛋鸡养殖业前几年因受禽流感的影响而大起大落，严重挫伤了养殖户的积极性，养殖的高风险使得近期养殖业发展空间较大。另外健康绿色蛋鸡的市场需求增速较快。蛋鸡的价格也居高不下。这些现状是不满足居民的日益增长的蛋鸡需求的。现在禽流感得到了有效的控制。只要养殖本着科学、严加预防、规模化、机械化养殖，蛋鸡养殖业仍然是一个较好的创业途径。

## 2) 市场分析

目前，通过对湖北部分菜市场的调研，人们的生活已不再是吃饱了，而是要吃好，吃得健康。“绿色”健康的蛋鸡，是老百姓荤菜谱中一道必不可少的菜，鸡蛋以其高营养价格偏低而普遍需求，另蛋鸡的浓香和高营养，使其具有独特的价值。这些都受到老百姓日常生活的喜爱。然而，现在市场上蛋鸡的供应量并不是太大，有些供不应求的局面，致使蛋鸡价格也居高不下。随着禽流感得到有效控制，而蛋鸡的供应达到老百姓的要求还有较大的空间，然而人们对蛋鸡的需求也达到了一个新的高度。要较便宜地吃上放心“绿色”蛋鸡，是人们现在的普遍要求。

## 3) 经营模式

在育雏室内育雏30天左右转入大棚饲养。采用生产模式为：一、精选良种。二、科学喂饲料。三、严格防疫。四、适时销售。销售经营模式，第一、可以与菜场附近卖鸡小贩取得联系，建立良好的买卖关系，将鸡批发给他们。第二、可以将鸡卖给城市中心的宾馆、酒店、餐馆。与他们签合同，保持良好合作关系。第三、可以贴广告，让周围百姓知道这里养鸡并卖鸡。

### 1) 第一阶段每只成本

幼雏到育雏期到育成期需20周（140天），蛋雏鸡2.5元/羽，

饲料成本26.18元（按雏鸡每天吃0.11斤标准，饲养140天，饲料价格1.7元/斤），防疫费和水电费1.05元，治疗费0.63元，人工费和固定资产折旧费1.25元。

因此一只蛋鸡到育成期需要29.11元。

## 2) 第二阶段每只鸡成本

产蛋期到鸡出栏（21周到72周）即364天，为蛋鸡产蛋的一个周期，饲料成本61.15元（按产蛋鸡每天吃0.14斤标准，饲养364天，饲料价格为1.2元/斤），防疫费和水电费为2.45元，人工费和和固定资产折旧费为3.75元，治疗费为0.32元，合计成本67.67元。

因此一只产蛋鸡72周总成本为96.78元。

## 3) 产蛋鸡总收入

一只鸡在一个周期内可产蛋32斤，现在市场鸡蛋批发价4.2元/斤，（鸡蛋收入134.4元），淘汰鸡市场批发价为9元/斤，淘汰鸡重3.5斤（淘汰鸡的收入为31.5元），因此，一只产蛋鸡一个周期的收入为165.9元。

## 4) 产蛋鸡总利润.

一只产蛋鸡一个周期的收入为165.9元。一个周期总利润为69.12元。

经过我的调查发现赤壁市附近有雏鸡生产厂一家，中型养鸡专业户5家，一家养鸡场大约15000羽。五家工厂一年共生产75000只产蛋鸡。赤壁市总共70万人口，估计每人每天消耗0.4只鸡计算。赤壁一年总共需要28万只鸡，所以市场远没有达到饱和。

这五家场均采用生产销售型经营模式，而社会市发展的，科技是进步的，市场是动态的。经营老板文化水平均不高，因此我们可以采用一些办法赢得赤壁市市场：

首先，一多买多折扣方式吸引附近批发商，宾馆，酒店等购买商。

第二，引进新型鸡，即生长周期短，营养丰富鸡种

第三，多元化发展，到一定时期，我公司可以引进野鸡，野猪等进一步强化市场。最后，等到其他五家破产，我们就全部收购，将公司向全国蔓延。

计划养殖1500只鸡。贷款5万。第一阶段（即前20周）共需成本4.36万元，以及大棚费用5000元。机动资金1400元。共计5万元。

第二阶段初，鸡开始产蛋，以蛋的收入，支付此时其他开支，并逐渐获得纯利润，直到第二阶段结束（即一个周期结束），获取纯利润10.37万元。

还贷款5万元，余5.37万元。在进行下一个周期的养殖。并逐渐扩大规模。

经营批发为主，兼顾零售鸡开发鸡类熟食产品，对特色厂不断地复制，以专业连锁形式滚动式的发展。将赤壁市为起点，打好基础。发展到发达城市，如深圳、上海、广州等发达城市，以此为基地，向全国辐射。将开设特色厂1000家，打造中国最大的综合性养殖专业户。