

农业创业项目计划书免费 小项目创业计划书(精选5篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。什么样的计划才是有效的呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

农业创业项目计划书免费篇一

进入21世纪的中国，经济快速发展，居民消费水平逐步提高，消费心理和消费习惯逐渐改变，人们消费逐渐由单纯物质消费，转向以服务消费为主的时期。

旅游业作为无烟工业，随着中国人均生活水平的提高，旅游收入和旅游人数都保持了25%的年增长率。发达国家的经验表明，在人均gdp1美元，即达到小康水平，旅游的大众化，普通化即开始迅猛发展。根据最新的统计数据显示，中国人均gdp已经超过1美元，即旅游热潮即将兴起。

国家旅游局在中国旅游业发展的十五规划中，到25年，国内旅游人数将达到11亿人次，旅游收入5亿元。旅游业总体产出为75亿元，相当于全国gdp的5.8%。

而在同时，国内旅游业发展并不成熟，形式单一，主要是游山玩水，旅游市场没有针对性，缺乏特色服务和创新服务，让许多本来有出游打算的消费者因为对旅行社的服务不满意而不出游，浪费了旅游资源和消费资源，同时消费者无法得到满足。

现代社会的日趋发展和进步，对人的素质的要求也日益提高，当前和会就业压力很大，大学生就业问题日益突出，而怎样提高大学生素质，拓展大学生思维，解决大学生就业问题，

目前已经成为社会关注的一个热点和焦点问题。

大学是人一生中十分重要的转折点，这个时期的成长如何，直接影响进入社会，甚至整个人生的发展历程。当前社会对大学生要求压力日益增大，大学生如何应对挑战，提高素质，这成为目前在校的17万大学生迫在眉睫的事情。

另一方面，作为站在时代潮头的大学生，消费观念开放，思维先进，对于参与社会，享受自然和生活的热情也日趋高涨，大学生在这方面的消费需求也日益增强。

我们企业将通过一系列的服务和活动，并于教育部门联合，为大学生提供旅行服务，为大学生的生活提供一个更加丰富的平台，让大学生能在以后的生活中终身受益。

农业创业项目计划书免费篇二

1. 本店属于餐饮服务行业，名称为都市快餐店，是个人独资企业。主要提供中式早餐，如油条、小笼包等各式中式点心和小菜，午餐和晚餐多以炒菜、无烟烧烤为主。
2. 都市快餐店位于潍坊市商业步行街，开创期初步锁定成为一家中档快餐店，未来将逐步发展成为像肯德基、麦当劳那样的中式快餐连锁店。
3. 因为对餐饮业有着极大的兴趣，我相信以我的智慧、才能和对事业的一颗执着的心，一定会在本行业内独领风骚。
4. 本店需创业资金5万元，其中3万元已筹集到位，剩下2万元向银行贷款。

农业创业项目计划书免费篇三

- 1、概述以发展农业，改变农村面貌为目的，走自主创业和开

创特色新农业企业化之路，兼顾农村、农民和农业型企业三者的利益和发展。以龙虾养殖为项目启动，逐步发展龙虾特色餐饮、龙虾观光垂钓型餐饮、立体种养殖生态农业及其观光旅游餐饮产业、农产品深加工的系列化新型“农”字号企业，最终依靠科研创新，形成一个拥有一批自主知识产权的、拥有大量农产品生产和科研基地的、具有大量销售网点和渠道的、具有持续创新能力的产业集团。逐步扩大产业链，创造出全国乃至世界知名的绿色农业、餐饮、观光和农产品深加工产品品牌。

2、创业目的以发展新型农业企业为目的，以带动当地农村经济发展，改变当地农村面貌，增加农民收入为己任。企业和当地农村和谐发展，共同组成富裕、文明、生态的社会主义新农村典范。

3、创业预想3.1前期以个人或多人投资为主，逐步、有条件的吸纳社会资金和风险资金以寻求发展，最终实现股份制和上市经营。3.2创造全国乃至世界知名的绿色农业、餐饮、观光和农产品深加工的产品品牌。3.3通过自身发展和借助一部分的外部力量，逐步形成一个拥有一批自主知识产权的、具有大量农产品生产和科研基地的、具有大量销售网点和渠道的、具有持续创新能力的产业集团。

金额

备注水面承包费

2.0

5亩水塘5年种苗费

0.8

自行育种食料费

2.0

人工

6.0

1.5个工人5年其它费用

0.8

虾塘附属设施总计

11.6

注：第一次投入在2.5-3万之间。

4.1.5前景和效益：养淡水龙虾一般每亩的产量可达800公斤，市价保守估计每公斤12元，即亩产0.96万，五亩48000元，五年共计24万，减去成本11.6万，利润12.4，年利润2.48万。

4.2龙虾观光垂钓型餐饮阶段4.2.1理念：在养殖成功并获得一定利润的时期(2年左右)，依托自身养殖优势，在城市开设特色龙虾餐饮馆，创出绿色龙虾餐饮品牌。然后依托餐饮，推出“到农村钓龙虾，在城市吃龙虾”销售模式，即免费组织顾客去农村钓龙虾，然后按斤将龙虾售出，再回到城市在龙虾餐饮馆将龙虾加工带动餐饮。这样，可实现龙虾产和销的结合，也解决了顾客在短期(1天)内吃与玩的结合，能收到较好的社会效益和经济效益。

4.2.2本阶段实现了项目从产到销的突破，能较快扩大企业的影响和收益。故这一阶段是关键阶段，必须要在龙虾餐饮及餐饮文化上多下功夫，重点解决销售上遇到的问题。4.3立体种养殖生态农业及其观光旅游餐饮产业阶段4.3.1理念：在龙虾观光垂钓型餐饮取得成功并获得一定利润的时期(一年左

右), 依托现有资源增多种养殖种类, 扩大规模, 初步建立种养殖一体的立体农业。然后推出“去农村摘新鲜瓜果蔬菜、钓新鲜鱼虾”的销售模式, 即免费组织顾客一日或半日去游农村采摘新鲜瓜果, 垂钓鱼虾, 然后将农产品售出。这样, 可扩大生态农业规模, 实现农产品产和销的结合, 可以作为顾客在短期(1天)周末休闲农家游的一种优秀模式。

4.3.2本阶段实现了产品单一的突破, 但在总体种植和销售上并没有较大突破, 故这一阶段不存在较大的技术性问题, 须适当的发掘和储备一些管理人才, 为下一步的发展作准备。4.4推广阶段4.4.1理念: 在龙虾观光垂钓型餐饮阶段和立体种养殖生态农业及其观光旅游餐饮产业阶段取得成功并获得一定资金积累的时期, 扩大规模有条件的在各大城市周边建立种养殖一体的立体农业基地, 在城市建立旗舰店。推广成功经验, 逐渐扩大产业规模, 增加利润点。

4.4.2本阶段实现了生产销售从一点到多点的突破, 是企业能否作强的关键一步, 故这一阶段关要解决的是管理体系的建立和管理层人员的储备选拔任用问题和企业品牌推广的问题。

4.5农产品深加工阶段4.5.1理念: 在龙虾观光垂钓型餐饮阶段和立体种养殖生态农业及其观光旅游餐饮产业阶段取得成功并成功推广后, 依托现有资源和品牌, 积极与高校、农业科研院所联系, 有选择的转化一些具有市场前景的科技成果, 做深加工产品, 改变企业产品结构。

4.5.2本阶段必须实现从种养殖业到企业生产的转变, 必须实现从面对消费者的实时销售到企业化订单销售的转变, 必须实现经营管理理念和模式的转变。这一阶段在整个企业的发展中都是至关重要的, 是企业能否实现腾飞的关键阶段。这一阶段主要解决的是怎样顺利实现企业转型的问题, 怎样转变经营理念的问题, 怎样解决科学技术实现商业化运作的问题, 怎样解决各类人才的储备和运用问题。

4.6 依靠科研不断创新的阶段

4.6.1 理念：在以上各阶段获得一定的成功后，有意识的引进科研技术人员，有意识地与科研院所合作，依靠科研创新形成一批自主知识产权和专利成果的项目。并不断提升企业内部科研能力，积极鼓励科技创新，将生产型企业转变为科技研发性企业。

4.6.2 本阶段要实现企业性质的转变，是企业能否做到可持续发展的重要一步。这一阶段主要解决的是怎样实现企业性质转变的问题，怎样解决科学技术如何实现企业化运作的问题，怎样解决创新的引导问题。

5、综述结合我国南方经济发达地区农村土地抛荒之现实，小龙虾市场需求不断上涨与小龙虾野生产量逐年下降之实际，本人认为，该项目具有较好的发展前景和空间，较好的经济性和社会性。前期适宜在周边郊区有一些水面的大中城市发展创业，后期可根据创业人的能力和创业理想、条件逐步发展。该项目开发成功，前期能够具有一定的带动和示范作用，对于农村建设和农村富余劳动力的转移也有一些作用，后期对于农产品产业结构调整、农民增收上和改变农村面貌与生态环境、新农村建设上能有较强的作用。

农业立体养殖项目计划书

一、项目前景：

日前我省的牛肉大部分来自于广西省、山东省，本省肉牛供应量处于较低水平。而安徽近年来，随着机械化水平的提高，牛的耕田作用越来越小，很多农户不再养牛；我省的猪肉主要来自于外地养殖场，许多地方的农民纷纷外出打工，留在家里的都是老幼妇孺，肉牛和猪养殖劳动量大，一次性投入大，饲喂费工费时，饲养不方便；有的农村社会治安不好，农民怕丢失、被盗，不敢养牛和猪；过去养牛和猪是一家一户饲养，不利于环境的卫生，随着生活水平的提高，为了环境的清洁，很多农民不愿意养牛和猪。

的肉牛价格再创新高，市场上活牛价格高达28~32元/公斤，育肥牛为34~36元/公斤，牛肉价格为42~46元/公斤。一头牛育肥3~5个月，纯利润达1000~1700元。农民养殖一头母牛，如果一年能产一头犊牛，就能收入1500~1800元。养殖肥猪或者繁育仔猪收入都不错. 二、市场分析：

现省内肉牛供应主要来源于安徽芜湖等地。合肥淮南六安一带有著名的小吃，“牛肉汤”深受安徽人喜爱，到安徽必会吃“牛肉汤”，随着肉牛的价格上升，也逐渐的从前年的2元一碗升到现在的3.5元一碗，但吃的人仍旧很多，牛肉是供不应求，供应的肉牛只占很少的一部分。省外的以牛肉供应为主，主要原因是活牛长途运输存在一定技术上的困难。而牛肉长途运输的保鲜成本也较高。因而省内肉牛的养殖成本最低。现在是供不应求. 现在肥猪和仔猪都是供不应求. 三、风险分析：

肉牛养殖的风险主要是三方面：

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，牛肉和猪肉的价格波动较低，因此价格风险也较低。

2、疾病风险：目前牛口蹄病、结核病、布氏杆菌病、牛肺病为主要防疫对象。在牛饲料中添加中药可进行有效的防治，牛是疾病发作很少的饲养动物之一。而猪的常见猪有猪瘟、猪流感、仔猪副伤寒、嗜血杆菌病、腹泻等，只要做好防疫工作就可以了. 3、自然灾害风险：水灾、气温等风险系数不高。

四、经营选址：

里没有一家工厂，环境优美，适合发展养殖业，目前对当地申办各种农业种植、养殖有政策性的照顾。再者淮南有充足的土地资料和饲料资源。

五、发展目标：

(1) 近期目标:

用一至二年的时间，建成生态养殖基地并投入生产，同时建成并完善公司生产体系，管理营销体系，联营合作体系。

(2) 长期目标:

从生态养殖基地运行的第二年(产品出栏销售时期)开始申请进入国家农业产为化示范项目，取得国家政策和资金的大力支持，利用国家补助金等，以已经形成的基础优势为核心，扩大养殖基地，走公司加农户的道路，即我公司提供种苗、技术、饲料，然后集中回收出售。或者办肉类加工厂，改进制造具有安徽特色的小吃“牛肉汤”，销往全国。

六、中小企业融资计划

一、中小企业融资方案

(1)、方案一：借贷

以项目作抵押，向投资公司中小企业融资或贷款，借款期三至十五年。

(2)、方案二：吸纳投资

建立股分制的合资企业

二、中小企业融资的需求与投向：一期工程(养殖)共需资金60万元。二期工程(加工)共需资金100万元。

三、实施进度

(1)、项目年限项目初步拟定为，到期后视经营情况和双方意愿可续订合资期限。

(2)、实施进度

一期工程：底资金到位后于初进行50亩养殖场围栏及设施建设，同时和可提供种苗的养殖场签订购买合同，204月向养殖场投放种苗，进行养殖。二期工程在适当的时候开始运行。

四、退出机制

(1)、借贷形式的退出：按合同到期后取回本息。

(2)、投资入股形式的退出：公司同意新股东在1年后可以进行股权转让，应由公司优先购回股权。另外公司拟在3年后申请上市，股东可在此过程中以为适当的时机以股权转让等形式退出。

五、养殖方式：

国内牛市场上比较走俏的进口肉牛还有：夏洛来、安格斯、利木赞、海福特、皮尔蒙特等。这些进口品种具有瘦肉率高、生长速度快等优点，适合规模化、工厂化养殖；秦川牛，性情温顺、体格高大，前躯发达，具有遗传性能稳定、适应性强的优点，日增重率、屠宰率等各项生理指标均居我国黄牛之首，适合小规模养殖；西门塔尔牛适应性强，耐粗饲，易饲养，产乳产肉性能好，饲料报酬高，遗传性能稳定，是养牛业首推品种。我现与山东一家大型养殖基地建立引种协议，保证买到最好最便宜的种牛。养殖母猪，一头母猪一年可产20头仔猪，仔猪90天后仔猪重量在60斤。那时便可出售，价格在10元/斤，这样周期短，就比养殖肥猪风险低。

六. 养殖优势：

我处有农田几十万亩，主要靠种植水稻小麦，可以低价收购大量的稻草喂养肉牛，并租用农田种植牧草喂养肉牛和猪，节约成本，立体养殖是最好的养殖方式：种植新型皇竹草===西门

塔尔牛架子牛(牛粪)、猪===鱼、黄鳝、蚯蚓===鸭。新型皇竹草是目前生长最快、营养价值很高的牧草，对牛的口适性好，产量高，能量转化率高，种一亩皇竹草可喂20头猪、5头牛、1千只鸡鸭鹅、2千条鱼；牛粪可直接沉塘喂鱼、黄鳝、晒干养蚯蚓；蚯蚓可养鱼，养鸭。既可减少污染保护环境，也可增加收入。

七、成本分析：

淮南水田部分租价格在300元/亩/年。皇竹草种植30亩，鱼塘20亩，肉牛(架子牛)30头，母猪50头，鸭2000只，黄鳝1000斤为例：

前期投入：项目数量单价合计备注月摊

水田50亩30030000元2年750元

房屋建筑4000040000元使用4年850元

猪50头2000100000元含运费

鸭2000只36000元含运费

黄鳝1000斤1515000元含运费

鱼20亩4008000元含运费

肉牛30头3500105000元含运费

交际费2000020000元一次性

工资10人7007000元含食宿

挖鱼塘20亩400080000元使用50年150元

饲料6个月30000元180000元

其它30000元

合计591000元

利润分析：（一年为一期）

项目成本收入利润备注

其它30000元不可预见费用

合计561000元保守预算

用两年计算, (利润-饲料费) 乘2-固定资产

农业企业创业经营

1、农业的市场出路

借鉴日本模式

这是一种小农模式，以日本、韩国、台湾等为代表。这些国家或者地区的人口密集，耕地少。尤其日本，1.3亿人口才6300万亩耕地，人均才半亩，连我们的四分之一都不到。可是，20日本农民的人均收入就已经是548万日元，高于日本的全国平均水平403.8万日元。是我们农村人口人均收入的100多倍！（以上数据来自日本驻华大使馆经济参2007年在清华大学的演讲）

这是很值得我们深思的：因为日本的农业不仅和我们一样也是小农模式，甚至它们的农村生产关系也与我们一样，土地为“农民个体私有制”。

那为什么日本的农民会比居民富，我们的农民就比居民穷得

多呢?日本虽然是资本主义国家,但它们在农业上并没有搞资本主义。主要标志是农业生产资料(土地)并没有掌握在少数地主资本家手里,而是掌握在劳动者(也就是农民)手里。另一方面,日本的农业生产,尤其是农产品的经营完全是有组织的,只是这种组织完全是自发的、民间的。正是这二点导致了中日两国农民的收入不同。

日本的农业生产和今天的我们一样,也是以家庭为单位的,甚至规模比我们还小得多,因此每个农户的产量有限。但是日本农民在销售上完全是有组织的,这个“有组织”,就构成了中日两国在农业“生产方式”上的不同。

在日本,几乎每个村都有一个“农协”。这个“农协”不是政治组织而是非赢利的经济组织。“农协”在农产品的销售大卖场租赁摊位,将本村分散的个体农民的产品组织起来以统一的品牌集中销售。这样就解决了个体农户的产品不能直接进商店的难题,使个体农民直接获得流通领域的利润。因为“农协”使个体农民的农产品形成了规模,农民的产品就直接面对了消费者,大部分流通领域的利润自然就到了农民手里,个体农民就获得了话语权和定价权。

当然,这不是简单的代销,而是从生产环节就开始监管、检测。最后通过条形码(就是不同家庭的不同时间生产的产品都标注在条形码上)将责任分清。于是,原来不规模的个体家庭产品就成为规模的村产品。

相反,计划经济的中国,虽然在农业生产上是有计划的,政府甚至将耕地划分为“基本农田”和“普通农田”,规定“基本农田”上只能允许种植粮食。但是,在农产品的销售上,政府却根本不存在对农民的“组织”,因此农民在农产品的销售上没有话语权和定价权。也就难以得到流通领域的利润。

所以,日本农业的生产方式,或者叫经营的组织模式是非常

值得我们借鉴的。

如果我们的村委会乡政府也能担当起这样的责任，我们的农业尽管也是小农的、个体的，不够规模，但农民一样能增加收入。可是，我们的政府一直以“农业已经市场化，政府不能干预”为理由而拒绝担当这样的责任，这是非常非常错误的。是中国农业不能进一步发展的的主要原因。有时，政府也会委托企业做这些事。可是，企业是以追求利润为目的的，让他们做就必然会出现与农民争利益的情况，所以，“组织农民”的事，或者政府做，或者农民自己做。日本是农民自己组织，中国应该是政府组织才对，因为中国的农业还是计划经济的。

2、如今中国农业是否有很大潜力？

第一，不论是工业、高科技产业还是能源产业，其产品都是人工制造的，技术是可以成几何技术增长的，所以该类产品的供给都可以几乎无限制的增加。然而，食物却不能人工制造，只能从农业中获取，而土地是有限的，植物所能利用的太阳能也是有限的，技术进步的作用也是很有限的，绝对不可能使产能象工业产品一样成几何技术的增加，事实上，几百年来来的技术进步，也不过使得农业的产能提高了区区三四倍而已，而这样有限的提高却以大量的农药化肥激素抗生素为手段，严重威胁人类健康。可以说，只有农业产品是地球上真正的稀缺资源，不论是产量还是质量的供应都是很有限的，而需求又是绝对的“刚需”，而且对产量和质量的要求不断增加，所以经济越发展，农业产品(食物)的价值也就日益凸显，几乎所有发达国家，食物的价值相对于工业产品都是很高的，例如韩国，一只烤鸭的价值甚至高于一台很好的笔记本电脑。

因此，随着中国经济的发展，农业价值将日趋体现，随着大量农民转化为市民或者退休，农业中劳动力因素飞速减少，规模化公司化经营将成为不可扭转的历史趋势，现在进入农

业行业，顺应这个趋势，竞争少，优势多，很有希望成为现代化农业的领跑者。

第二、先入行得先机，可以在一个相对宽松的环境下以较低的门槛慢慢做大，这是优势；劣势就是为人先者往往缺少完备产业环境的配套服务，缺少足够可以借鉴的经验，缺少资金和人才，在没有路或者路很窄很险的情况下开路，需要非凡的勇气、意志、胆识和智慧，绝不象一般人认为的农业很简单，不就是种.种地或者养个动物而已，当然，保本相对不难，但真正能做好和做到可持续发展，绝非易事。

第三、入行选择，很多年轻的农业创业者进入农业行业，不管种植还是养殖，首先考虑的是做别人没做过或者较少做的项目，不去种菜种粮，先想种个什么市场上少见的品种；不去养鸡养猪，先想着养个孔雀山鸡之类。以为做的人少，价格高，竞争就少，利润就大，为人所不为，出发点固然是好。但并非选择特种养殖或种植就是好的，电视上很多这类的节目都是宣传特种养殖或者种植的，很多都是陷阱。当然，如果自己生产的产品有完备的市场销售途径，有稳定存在的需求，选择这类项目是可以的，如果没有，千万不要幻想自己就能开拓这个市场，没有强大的经济实力，开拓一个市场是几乎不可能完成的，创造或者是引导一种市场需求，并非一日之功夫，也非一己之力。对于势单力薄的创业者，非洲的土人不穿鞋，不去卖鞋是明智。初入此道的创业者，最好是选择有明确市场需求的大众类产品，而不去片面的追求“奇、怪、险、少”类产品。成功不仅仅在于选择了什么，更重要的是把选择的事情做的比别人更精通更有效率，即便选择经营大众类产品，我们的竞争对手是没有多少知识的农民，也比较容易做的比他们更好更有效率。

量统一成一个可以实现的整体目标的，但养殖就简单的多，一切技术都是集成的，饲料、防疫都是集成度很高的产品，只需要按规定的程序操作即可。在全国范围内看，菜农的技术和产能都处在中等严重偏下的水平，以色列一亩西红柿可

以产50吨，寿光有经验的菜农可以产到15吨，但其他省份的生产水平一般都在5吨以下。可以说，在种菜领域，竞争很不充分，还有相当大的产能提高的空间，因为这个领域参与竞争的基本都是经验和知识都不充分的农民(因为土地流转困难，很少有强大经济实力的大公司能够参与到这个领域)，这个领域及其适合年轻的农业创业者，因为我们的竞争对手很弱小，较容易通过技术和知识的进步，成倍提高产量，以获得相应利润。

3、农业创业的创业管理你觉得难点在哪？

第一，产量与质量。在种植(种菜)领域，通过技术进步成倍提高产量以获得相应利润的可行性很大。但通过质量的提高(无公害、绿色、有机产品)提成倍提高价格，从而获得更大利润是否可行，还得具体讨论。事实上只要技术到位，不但能够生产出完全不含农药化肥的蔬菜，同时也能够保证产量，甚至能提高产量，但是具体技术还需要进一步成熟推广。

第二，分散经营。全国几亿农户生产出的蔬菜，无论如何是达不到标准的，因为无法实现有效监管，农民技术水平有限，怎么提高产量就怎么来，怎么能提高杀虫效果怎么来，势必难以避免大量使用化肥和剧毒但廉价的农药。而蔬菜品牌运营商，并不直接生产蔬菜，而是从分散的农户手中收购起来，再打上自己的品牌，品牌在流通环节产生，又怎能保证真正的无公害或者绿色，所以，广大消费者对所谓的品牌蔬菜并不认可。如何重建消费者对真正高品质无毒蔬菜的信任，需要相当的市场营销手段。

第三，人才严重匮乏。我国现代化农业发展还不成规模和体系，人才实在太少太少，农业大学相关专业的毕业生几乎都进入了工业产品生产和销售部门。几乎没有人能够心甘情愿的进入到一线农业生产领域，这个将近全新的领域，一切都成为问题，资金、市场、产业配套环境等，都得需要去开拓，但最成问题的还是人才。在这个领域，需要忍受寂寞和不理

解，需要耐心、决心、勇气、创新、体力、脑力、管理、营销，真正艰难，所有这些品质和能力，也绝不是一个人可以具备的，需要精诚的合作，广泛的参与和资源的整合。

云和农民季伟平“葡萄大师”的创业故事

季伟平非常与众不同。翻开他的履历，这个出身平凡的农民并没有留下什么值得大书特书的闪光经历，但七年锲而不舍的创业历程，却使他的人生充满了常人难以想象的跌宕起伏——不断受挫、反复失败甚至因此一贫如洗，他却始终只认两个字：坚持。

这份即使家人都难以理解的信念，源于一个最朴素的决心：“不能再穷下去”。

1992年，18岁的季伟平从农职校毕业，说服家人杀猪凑足2500元钱，购买七彩山鸡种苗建养殖场。辛苦操劳了两年，才发现这批鸡并非当初想饲养的品种，不仅分文没赚到，还净亏了5000多元。

季伟平并没有因此灰心，又在1994年借钱养了30只肉狗，但由于技术和管埋不到位，这批狗最终都病死了。家徒四壁的季伟平不得不到县城一家玩具厂打工，一面攒钱一面四处寻找新的创业机会。

一个偶然的机会有，季伟平听说山东枣庄有个农民靠种葡萄发了家，便萌发了引种葡萄的念头。他软磨硬泡向玩具厂老板预领了5000元工资，只身前往金华买来300株藤稔葡萄建起了一个小小的种植园。

“当时每天从厂里收工回家，已经精疲力尽，真的很想躺下休息，但一想到葡萄还等着我去照料，再苦再累我也不允许自己歇着。”季伟平说，那个小葡萄园，增添了他对生活的勇气，也更坚定了他创业致富的决心，为了掌握葡萄种植技

术，他跑遍丽水大小书店，还托人从北京购回一大堆农技术刊，边学习理论边实践摸索。

倾尽全力，却依然遭遇惨败——由于实践经验不足，季伟平的葡萄不是得黑痘病就是得锈病。三年过去了，果园里连一串像样的葡萄都没结出，一直在赔钱，不堪重负的家人极力反对他再种葡萄。回忆当初的情景，季伟平笑言“简直是四面楚歌”。

家人的怨气最终没能阻止季伟平的坚持。这个在乡亲们看来近乎顽固的年轻人，开始不断往金华农科所、浙江农业大学跑，在这些农技专家扎堆的地方寻找外援，逮着机会就讨教技术难题，和不少农技人员交上了朋友。在技术人员的帮助下，季伟平的葡萄园里第一次长出了串串紫红浑圆的果实，“那年我赚了7000多元钱，也是七年创业以来第一次赚到钱，命运从那时候开始，彻底改变了。”

，攒足积蓄的季伟平又在城郊租了8亩地扩大种植面积，并通过贷款建起了3个大棚，先后引进了巨玫瑰、红地球、维多利亚等多个优质品种。此时无论是技术还是管理经验都已经非常丰富的季伟平，发展任何品种的葡萄都能一次性成功。这些品质优良的葡萄吸引了杭州、上海、福州等地的客商纷纷上门求购。到，他的葡萄基地年创收已超过13万元。头脑活络的他在2009年，又投资60多万元，建起了一个集种植、休闲、观光于一体的葡萄农庄，致富之路越走越宽。

事业有成的季伟平并没有忘记自己的乡亲们。他先是把家乡十多名有创业愿望的村民带下山在葡萄园内工作，指导他们学习种植技术。在发现自己有能力帮助更多的人一圆创业梦后，8月，他又投资十多万元成立了全省首家“葡萄技能培训学校”，免费开设葡萄技能人才创业培训班，邀请省农科院的葡萄种植专家和种植能手前来授课，广泛传授葡萄种植高新技术。

创业之初农民普遍缺少启动资金，他又为每位学员垫付了一半种苗款，并在种植过程中为每个农户都安排了技术导师，全程跟踪指导服务。

“我是个农民，也是个党员，能带领大伙儿一块奔富路，是最有成就感的事。”季伟平说，曾在他的“葡萄大学”参加培训的210名农民，已有67名成了葡萄种植户，新开发的葡萄种植面积达到515亩，总面积已超过1200多亩，“我要把创业致富的信念传递给更多人，让出身再贫穷的人也相信，个人的命运是完全能够靠自己的勤奋和努力改变的。”

农业创业计划

农业创业项目计划书免费篇四

随着社会生活节奏加快，快餐业的出现和发展成为不容置疑的问题。虽然中国的快餐业发展十分迅速，但洋快餐的充斥使大部分的快餐市场与中式快餐无缘。如何去占领那部分市场，是我们需要解决的问题。

目前，市面上的西式快餐其实并不适合国人对快餐的消观念和传统饮食需求的观念。拿西式快餐最普通的汉堡包来说，除了新奇，基本上是没有什美味可言。而且，快餐在美国的发展向来是以价格低廉而著称的，是大众日常消费的对象。但在中国的市场上，西式快餐的价格，远远超过大众所能接受的程度，这也决定了不可能让工薪阶层经常去尝试那份新奇快餐。

但考察现行中式快餐小、脏、乱、差的状况仍然很严重，现行中式快餐的众多弱点，给我们建中式快餐连锁店提供了绝好的市场机会。只要我们能抓住这些市场机会，改善中式快餐经营上的诸多缺陷，并发展我们的自己的特色那么我们进入中式快餐市场占据较大市场份额的创业计划，是极有可能成功的。

农业创业项目计划书免费篇五

1) 由于地理位置处于商业街，客源相对丰富，但竞争对手也不少，要想打开市场，必须要在服务质量和产品质量上下功夫，并且要进一步扩大经营范围以满足消费者的不同需求。短期目标是在潍坊市商业步行街站稳脚跟，1年收回成本。

2) 本店将在3年内增设3家分店，逐步发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的快餐连锁集团，在鸢都众多快餐品牌中闯出一片天地，并成餐饮市场的知名品牌。

2. 快餐服务业的模型。

以顾客为中心，以顾客满意为目的，通过使顾客满意，最终达到公司经营理念的推广。

3. 目标市场的定位。

大众能接受的中式快餐业。顾客群：上班族+儿童+学生+其他。

4. 市场策略

快餐网络化，人性化

(1) 网上快餐产品订购是提供给上班族在工作单位午餐之用。它们的前台接待服务也是虚拟的，靠的是网络订购体系和快速运送体系，我们将建立送餐专线电话运送业务由统一的巴士和服务人员负责运送。

(2) 针对早餐人口流动性大，时间紧迫的特点，我们将由模式统一的巴士和服务人员流动至各主要需求网点向顾客提供方便、营养的早套餐。因学生人数众多，还可推出学生营养快餐，既注重经济效益，又兼顾了社会效应。大力开展便民小吃，早餐要品种繁多，价格便宜，因地制宜的推出中式早餐

套餐。午晚餐提供经济型、营养丰富的菜肴，并提供一个优雅的就餐环境。随时准备开发新产品，以适应变化的市场需求，创业初期设立的目标是“送餐到家”服务。

(3) 快餐公司形象策略

在位于商业区附近的快餐厅充分显示本店形象清洁、卫生、实惠、温馨。

5、人事计划

本店开业前期，初步计划招收全日制雇员以及临时雇员的具体内容如下：

1) 通过劳务市场招聘本市户口的，有一定工作经验，有良好的职业道德，年龄在20-30岁之间，有意加入餐饮行业者。应聘者持《招用职工登记表》并附入个人资料来本店面试。

2) 经面试，笔试，体检合格者，与其签订劳动合同。同时，为了提高服务人员整体素质，被招聘上岗的人员都需要接受2个月的培训，具体内容如下：

a□制定培训计划，确定培训目的，制定评估方法。

b□实施培训计划，贯彻学习《劳动纪律》和各种规章制度。

3) 考核上岗，对于不合格者给予停职学习，扣除20%工资，直至合格为止。若3次考试及不合格者，扣除当月全部工资和福利。

6、销售计划

开业前进行一系列宣传企业工作，向消费者介绍本店“物美价廉”的销售策略，还会发放问卷调查表，根据消费者的需

求，完善本店的产品和服务内容。与此同时推出会员制，季卡、月卡，从而吸引更多的顾客。每月累计消费1000元者可参加每月末大抽奖，中奖者可获得价值888元的礼券。每月累计消费100元者，赠送价值10元的礼券，200元赠送20元礼券，以此类推。