农业创业说稿 农业创业大赛总结(通用7篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

农业创业说稿篇一

第二届中国农业科技创新创业大赛总结暨品牌行科技金融对接活动2015年9月20在京举行。活动是新丝绸之路品牌行系列活动之一。

活动由大赛组委会办公室副主任、科技部农村中心副主任吴飞鸣主持，大赛执行委员会副主任、科技部农村中心主任贾敬敦做大赛总结报告，大赛执行委员会成员、科技部农村司副司长王喆、大赛执行委员会副主任、中农科创资产管理有限公司董事长李骥出席了会议。第二届中国农业科技创新创业大赛优胜企业、优秀组织奖获奖单位、第一届中国农业科技创新创业大赛获奖项目创业者入选国家创新人才推进计划科技创新创业人才参加了活动。

大赛以“创新创业创未来，融资融智融天下”为主题，由科技部会同教育部、农业部等9个部门机构共同举办。此次活动对大赛进行了总结，宣布获奖企业名单，组织获奖企业代表与投资机构进行现场签约。

大赛执行委员会主任、科技部副部长张来武对于大赛成果给予肯定，并对下一步工作提出了要求。他认为与首届大赛相比，本届大赛进行了重要创新，一是实践“三线”推动模式，

突出专业化、社会化和规范化赛事运作；二是改革赛制，优化流程；三是探索了大赛国际化；四是调动地方政府和金融机构的积极性。通过大赛搭建起一个农业领域的开放式创新投融资平台，初步探索了政府、社会、市场合作创新模式，社会资本助推一二三产业融合并服务新三农，培育农村创业人才和投资人才两支队伍。

广东省科技厅荣获第二届中国农业科技创新创业大赛优秀组织奖；我厅推荐的参赛获奖单位广州和兴隆食品有限公司董事长黄溪河入选为创新人才推进计划科技创新业人才。

获奖证书

获奖证书

科技日报北京5月8日电 （记者吴佳珅)8日，第二届中国农业科技创新创业大赛总结交流会在北京召开。科技部副部长张来武出席。科技部、盖茨基金会、各分赛区有关负责人及参赛企业代表等30余人汇聚一堂，总结交流。与会人员认为，大赛在促进科技金融结合、帮助农业中小企业融资发展、推动农业产业结构调整等方面发挥了重要作用。

通过大赛平台，一些处于初创期的企业扩大了影响力，提升了信誉度，得到了长足的发展，而获得融资的成长期企业则逐步成为产业的中坚力量。

本届大赛上,一个开放的金融资本与农业科技创业的对接平台已被搭建。这是科技部在推动科技金融对接的工作创新和实践。

赛事自2015年7月启动以来，有1214家企业进入初赛，涉及全国31个省、农业22个细分领域，实现了农业产业链的全覆盖。

大赛决赛将于今年7月进行。大赛获奖者将直接获得基金公司

的资金注入和民间创投公司的追加投资，优胜者将进入农业领域科技计划项目库，符合科技部公益目标和盖茨基金会慈善目标的优胜参赛企业将进入科技部和盖茨基金会联合项目库。

大赛正在努力打造成为农业领域最具产业技术培育的苗圃、最具发展前景初创企业的孵化器和最具成长型企业的'加速器，对培育农业科技创业和农业金融资本两支团队、引导现代市场要素逆向流入农村农业、满足农业中小型企业融资需求、促进农业产业结构调整和优化升级、破解城乡二元结构具有重要意义。

据统计，本届参赛企业营业收入超过5000万的企业有254家，低于500万的小微企业达到674家。大赛为农业基层创业团队提供了一个全新的融资渠道，在鼓励基层创新创业、推动创新成果的应用推广方面具有积极作用。

年关将近，又到了铺天盖地写总结的时候，为济世救人，笔者特将访遍名师学来的年终总结秘笈奉献出来，希望能给各位同仁以启迪。

要点一:篇幅要够长

要想做到篇幅长，除了下苦工夫狠写一通外，还有一个捷径可走——字大行稀。即把字号定位在“三号”以上，尽量拉大行间距，但不可太过，否则会给人一种“注水肉”的感觉。

要点二:套话不可少

如开头必是“时光荏苒，2004年很快就要过去了，回首过去的一年，内心不禁感慨万千……”结尾必是“新的一年意味着新的起点新的机遇新的挑战”、“决心再接再厉，更上一层楼”或是“一定努力打开一个工作新局面”。

要点三:数据要直观

如今是数字时代，故数据是多多益善，如“业务增长率”、“顾客投诉减少率”、“接待了多少来访者”、“节约了多少开支”、“义务加班多少次”、“平均每天接电话多少个”、“平均每年有多少天在外出差”、“累计写材料多少页”等等。

要点四:用好序列号

序列号的最大好处是可以一句话拆成好几句说，还能几个字或半句当一句，在纸面上大量留白，拉长篇幅的同时，使总结显得很有条理。需要注意的是，一定要层层排序，严格按照隶属关系，不要给领导留下思路不清晰的印象。

农业创业说稿篇二

(一) 公司介绍

详细介绍公司背景、规模、团队、资本构成

1、主要股东

股东名称 出资额 出资形式 股份比例 联系人 联系电话

2、 团队介绍

对每个核心团队成员在技术、运营或管理方面的经验和成功经历进行介绍

3、组织结构

4、员工情况

（二）经营财务历史

（三）外部公共关系

战略支持、合作伙伴等

（四）公司经营战略

近期及未来3-5年的发展方向、发展战略和要实现的目标

（一）农业种植产品、服务介绍

（二）农业种植核心竞争力或技术优势

（三）农业种植产品专利和注册商标

（一）行业情况

农业种植行业发展历史及趋势，进入该行业的技术壁垒、贸易壁垒、政策限制

（二）市场潜力

对农业种植市场容量、市场发展前景、消费者接受程度和消费行为进行分析

（三）行业竞争分析

主要竞争对手及其优劣势进行对比分析，包括性能、价格、服务等方面

（四）收入（盈利）模式

业务收费、收入模式，从哪些业务环节、哪些客户群体获取收入和利润

（五）市场规划

公司未来3-5年的销售收入预测（融资不成功情况下）

（一）农业种植目标市场分析

（二）农业种植客户行为分析

（三）农业种植营销业务计划

（1）建立销售网络、销售渠道、设立代理商、分销商方面的策略

（2）广告、促销方面的策略

（3）产品/服务的定价策略

（4）对销售队伍采取的激励机制

（四）农业种植服务质量控制

请提供如下财务预测，并说明预测依据：

未来3-5年农业种植项目资产负债表

未来3-5年农业种植项目现金流量表

未来3-5年损益表

（一）融资方式

（二）资金用途

（三）退出方式

说明该农业种植项目实施过程中可能遇到的风险，及其应对措施。包括：技术风险、市场风险、管理风险、政策风险等。

农业创业说稿篇三

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世纪我国农业的可持续发展，国家农业部断言，随着国际市场对生物农药需求的剧增，国家逐步取帝和限制化学农药的生产和使用。所以除虫菊产业种植，将成为推动绿色生态农业发展的一大支柱产业。

中科院昆明植物研究所、湖北科诺植物农药研究所等科研部门，不仅成功地利用除虫菊开发出绿色植物农药，而且筛选出了它的良种。近几年国际国内市场对绿色食品的大量需求，其价位持续攀升，除虫菊既有较高的经济价值又有观赏价值，用它作为室内驱除蚊、蝇的观赏盆景产业发展，其经济效益也很可观。它根、茎、叶、花等都含有毒虫素物质，是用来配制各种杀虫剂的好原料，特别是从除虫菊花蕊中提炼出来的除虫菊脂价值更高，用它制成的除虫菊脂类农药，药效大，无残毒，是蚜虫、蚊蝇、菜青、棉铃等害虫的死敌。用除虫菊叶做的蚊香，可以杀蚊驱蝇，对臭虫、虱子及跳蚤均有特效。使用除虫菊治虫具有高效低毒，不污染环境，不破坏生态平衡，无抗药性，对人畜家禽无毒害等优点，因此，人工栽培除虫菊，具有广阔的前景。

1.主要推广对象：四川等地的农民。

2.经济效益：除虫菊一次种植可连续收获7年以上，一般产花高峰年，667米2产鲜花百余公斤，干茎叶300~500公斤，收入在2000~3000元。除虫菊栽培管理简便，成本低，收益高，大

面积种植须和有关农药厂、蚊香厂及收购部门签定合同后，方可施行。

3.推广地气候地形等自然条件。

4.除虫菊本身优点突出。

方法：向当地农民展示示范样本除虫菊，并向他们介绍除虫菊的经济效益

和易栽培、风险小等优点。提前检测当地气候地形条件是否适合除虫菊的栽培。

步骤：

1.选择推广时机。春播除虫菊当年不能开花，冬播要到第三年春季才能开花，秋播第二年即可开花，因此，以秋播为好。具体播种时间：春播 2-4月，秋播8-11月份。所以应在播种前进行推广，即1月或6、7月为最佳推广时间。要求完成初步推广需在一个月之内。

2.合理制定新产品的价格。参照市场价格制定普遍可接受的价格。

3.有效选择新产品销售的渠道。当地农药厂、蚊香厂及其他收购部门。

4.做好推广前的动员与预热。

5.组织对种植户的培训。

6.对整地质量检查。

7.抚育、管护和补植。

8.推广和技术指导。

人力资源

推广活动费

试验示范用品

必要栽培技术

培训费

种子苗木 农药

化肥

农机具

……

六、预期结果和计划评价：

1.成果形式

2.预期推广

3.应用范围

4.受益面

农业创业说稿篇四

近年来，随着人们对有机食品和绿色农产品的需求逐渐增加，农业创业逐渐成为一种新兴的创业方式。为了深入了解农业创业的现状和发展趋势，我参加了一次农业创业探访活动。

这次活动让我受益匪浅，体会到了农业创业的机遇与挑战、农业科技的应用以及农产品的创新营销等方面的重要性。

首先，农业创业给人们带来了巨大的机遇和挑战。随着人口的增长和城市化进程的加速，对农产品的需求日益增加，市场潜力巨大。农业创业者可以通过创新的经营模式和技术手段，提高农产品的质量和产量，满足市场需求。然而，农业创业也面临着市场竞争激烈、政策环境复杂以及农产品质量和安全等问题。只有通过不断创新和学习，借助现代科技手段，才能真正把握住农业创业的机遇，并应对挑战。

其次，农业科技的应用对于现代农业创业至关重要。在探访中，我看到了一系列农业科技的应用实例，包括无人机喷洒农药、智能传感器监测土壤湿度和气候变化等。这些科技手段不仅能够节约人力资源，提高农业生产效率，还可以减少农药和化肥的使用，保护环境。同时，农业科技还为农产品的溯源和质量监控提供了便利，增强了消费者对农产品的信任和认可。因此，农业创业者应积极学习和应用新的农业科技，提高生产力和产品质量。

第三，创新营销对于农业创业的成功至关重要。在参观过程中，我发现一些优秀的农业创业者，不仅注重产品质量和生产效率，还注重通过创新的营销手段来推广农产品。他们利用社交媒体、网络直播等新媒体平台，通过讲故事、生产过程的实时展示等方式，吸引消费者的关注。同时，他们还与农民合作社、农业合作社等建立合作关系，扩大产品的销售渠道。这些创新的营销手段不仅帮助他们打开了市场，还树立了品牌形象，提高了产品的附加值。

最后，农业创业的成功需要多方合作和政策支持。在参观过程中，我了解到农业创业者面临着土地流转、融资难以及科技创新支持不足等问题。政府部门应加大对农业创业的政策扶持力度，简化手续，提供税收优惠，为农业创业者提供更多的支持和帮助。同时，农业创业者还应主动与其他相关产

业链企业合作，共同推进农产品的产销对接和品牌建设，形成合力，共同促进农业创业的持续发展。

在这次农业创业探访活动中，我深刻认识到了农业创业的机遇和挑战、农业科技的应用以及创新营销和多方合作的重要性。希望通过我的努力和实践，能够为农业创业的发展做出一份微薄的贡献。同时，我也希望更多的人能够重视农业创业，加入其中，共同推动农业的转型升级，为农业现代化建设做出更大的贡献。

农业创业说稿篇五

近年来，随着农业产业的不断发展，越来越多的年轻人开始关注农业创业这一领域。为了提高农业创业者的专业技能和创业意识，许多农业创业培训班也应运而生。我有幸参加了一期农业创业培训班，并从中获益良多。在这篇文章中，我将分享我在培训班中的所思所感，并总结出了一些关于农业创业的心得体会。

在培训班的第一天，我就被导师所讲的一句话深深触动：“农业创业需要综合素质的培养。”导师告诉我们，作为农业创业者，必须具备扎实的农业知识、良好的管理能力和市场洞察力。这让我明白了单靠热情和勤奋是不够的，只有抱着全面发展的心态，才能在农业创业的道路上走得更远。于是，在培训班的后续时间里，我开始注重学习农业生产技术、市场调研和管理知识，并通过实践活动不断提升自己的综合素质。

在培训班中，我们还参观了一些成功的农业企业，并与一些老师和企业家进行了交流。这些实地考察和交流经历让我更加深刻地认识到农业创业的艰辛和机遇并存。例如，在一家现代化的农业合作社中，我了解到他们通过科技创新和品牌营销的手段，成功地将传统农业转型升级。此外，我还从老师和企业家们口中听到了他们在创业过程中的挫折和故事。

这些经历让我深感农业创业需要坚持不懈的努力和智慧，同时也给予了我更多的信心和动力。

培训班中，导师还专门邀请了一些成功的农业创业者给我们进行经验分享。他们分享了自己的创业心得和经验，给了我们许多宝贵的启示和建议。我记得其中一位创业者说：“农业创业不只是为了赚钱，更是为了实现农业现代化和乡村振兴。”这句话让我对农业创业有了更深层次的理解。农业创业者不仅要追求自身的经济利益，更要关注农业的可持续发展，为社会做出贡献。这让我认识到农业创业不仅仅是个人的事业，更是服务于国家和社会的重要责任。农业创业既是实现自我价值的途径，也是实现社会价值的途径。

最后，参加农业创业培训班使我意识到，创业是需要不断学习和提升的过程。培训班的结束并不意味着我们的创业之路终结，相反，创业者应该将培训班作为起点，不断学习和提升自己。我们应该不断关注行业动态，不断提高自己的专业技能和创新能力。农业创业是一个不断变革的领域，只有持续学习和创新才能不被淘汰。作为一名创业者，我们要保持敏锐的市场洞察力和创新精神，不断调整策略，抓住机遇。

通过参加农业创业培训班，我不仅学到了很多专业知识和技能，更重要的是获得了一种全新的思维方式和创业精神。农业创业不只是一种职业选择，更是一种价值观的选择。通过创业，我们可以为农业现代化和乡村振兴贡献自己的力量。我相信，只要坚持不懈，勇敢创新，我们一定能够在农业创业的道路上取得成功。

农业创业说稿篇六

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、益生素、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。

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、益生素、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

目前各种微生态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人的家庭，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须品，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。

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品。

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。

总上所述，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和产量，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。

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，形成自己在这一领域独有的影响力.

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。

农业创业说稿篇七

近年来，随着城市化的不断发展，农村地区的人口逐渐减少，土地闲置问题日益突出，这给中国的农业发展带来了一定的挑战。为了促进农村经济的发展，许多地方政府和农业组织开展了农业创业培训，我也有幸参加了其中的一次培训。在这次培训中，我学到了许多关于农业创业的知识和经验，并深刻领悟到了农业创业的重要性和潜力。以下是我对这次培训的心得体会。

首先，在培训中我学到了农业创业的基本知识。我了解到农业创业不仅仅是简单的耕种、养殖，还涉及到市场调研、产品销售、资金管理等多方面的内容。培训老师为我们讲解了具体的农业创业案例，分享了成功创业的经验和教训。通过这些案例，我对农业创业有了更清晰的认识，也明白了自己在农业创业中需要具备哪些能力和素质。

其次，在培训中我收获了很多实践经验。除了理论知识，培训还设置了实地考察和模拟创业环节，让我们亲自去农田、农户那里了解实际情况。在实地考察中，我们看到了很多农村地区的农业资源利用不足的问题，也看到了一些农民创业的成功案例。这些实践经验让我深刻认识到，农业创业不仅仅是一种经济活动，更是一种社会责任和使命。只有充分发挥农业的潜力，才能满足人们对食品的需求，提高农民的生活水平。

第三，培训中培养了我对农业创业的兴趣。在培训中，我和其他参与者共同参观了一些当地的农企，了解了他们的生产过程和产品销售情况。我对其中的一家有机农场特别感兴趣，他们注重生态环境保护，采用有机种植和绿色养殖的方式，生产出优质的无公害农产品。在参观时，我被他们的创新精神和责任感所深深感动，决心将来也要从事类似的农业创业。通过这次培训，我对农业创业产生了浓厚的兴趣，坚定了走上农业创业道路的决心。

第四，培训中我认识到了农业创业的挑战与机遇。培训老师详细分析了农业创业需要面对的风险，如市场风险、气候灾害等。然而，他们也指出了农业创业的机遇所在，如政府扶持政策的不断出台、人们对绿色食品的需求增加等。通过了解这些情况，我明白了农业创业虽然存在风险，但也有巨大的发展空间。只要我们抓住机遇，合理规避风险，相信一定能取得成功。

最后，这次培训让我明白了农业创业不仅仅是经济利益的追求，更是对乡村振兴的贡献。在培训结束时，我们举行了一次小型的农产品展销会，让我们将培训中学到的知识和技能应用起来。通过与消费者面对面交流，我看到了他们对农产品的渴望和对农民的支持。我深感自己从事农业创业不仅仅是在谋求个人利益，更是为了满足人们对食物的需求，为乡村振兴做出自己的贡献。

总之，这次农业创业培训给我提供了一个全面了解农业创业的机会，让我对农业创业有了更深入的认识和理解。通过培训，我学到了农业创业的基本知识和技能，收获了丰富的实践经验，培养了自己对农业创业的兴趣，并认识到了农业创业的挑战与机遇。我相信，在今后的农业创业道路上，我能充分发挥所学所长，取得成功。同时，我也愿意将自己的经验与更多有志从事农业创业的人分享，共同推动乡村振兴和农业的发展。