

2023年蔬菜创业计划书 大学生有机蔬菜 创业计划书(实用5篇)

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。我们该怎么拟定计划呢？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢！

蔬菜创业计划书篇一

我们是大学生创业，既然选择了农业，那么我们就必须以现代的理念去建立，去经营。在思路上必须开阔，眼光必须长远。以及我们的目标不仅仅是个人致富，在我们致富的同时，必须尽力带动乡亲的富裕，必须有着大家富才是真的富的理念。

发展背景：国家目前重视三农，农业政策好，自身来说，自己对农业熟悉

名称：顺安种业(蔬菜基地)

位置：江西省贵溪市

蔬菜创业计划书篇二

一、概况：

主要经营范围：种植生态水果、生态蔬菜、农场乐、农家绿色餐饮、生态养殖、绿色有机农产品，应季蔬菜。

企业类型：服务业、农业

二、创业计划作者个人的情况：

以往的相关经验（时间）：

严格说没有直接经验，本人出生农村会干各种农活，曾对各种作物有观察，一直对生态农业感兴趣。在学校也看了很多关于农业的'书。花在看生态有机农业书籍上很多时间。

教育背景，所学习的相关课程：

受过创业培训、上过生物技术应用与发展的课等。

借助图书馆的资源学习相关地方生态农业知识，看创业杂志，了解种养殖。

三、市场评估：

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，普遍追求有机和原生态野味，生态有机农业园正是迎合人们对绿色生态食品的要求，其养殖的优质鸡、猪、兔苗，在环境优美，无污染的大自然放养，在高山林间可食天然虫草，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，山间田间放养。所以，其肉质紧凑，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，无激素和药物残留，深受消费者的喜爱。同时，将养殖动物所产生的肥料用于饲养蚯蚓、种植牧草、野菜、瓜果及食用菌，再将牧草和蚯蚓饲喂动物，这样就形成了一个生态循环链，不仅大大的降低了生产成本，由于虫子鸡、虫子鸡蛋、满月兔、野菜营养丰富，是少年儿童发育和老年病后恢复的进补和保健品，因此，产品在市场上供不应求，有着良好的发展前景。

由于有机蔬菜的投入和较大，所以我们的生态农场的客户主要是一线发达城市的中高薪人士，且都是一些固定客户；在一线城市的超级市场直接销售或作为礼品菜销售；出口到发

达国家。

而有机蔬菜在国外甚至发达国家已成为一个成熟的产业。到20xx年，世界有机农产品市场全年消费额达250亿美。而且世界有机农产品市场正在以两位数的速度不断增长，而有机蔬菜市场的增长速度又快于整体有机农产品市场的增长速度，相对于□20xx年的有机蔬菜销售，整个欧洲市场增长了64%。相对于国外有机农产品市场的火热中国国内的有机蔬菜市场却使刚刚开拓，而且仅限于一些固定客户间。而且中国有机农产品的种植面积只占到国内农业种植面积的0.06%。近几年，食品问题也日益突出，毒大米，毒腐竹，红心鸭蛋，地沟油等一系列食品问题的出现，使人们迫切需要健康的食品，而国家也加大对有机农产品生产的支持力度。

蔬菜创业计划书篇三

现今社会有钱人多的是，许多人几乎天天都在动脑筋找寻新的事业投资。要创业成功，除却天时、地利、人和等背景因素外，还要不断吸取以往成功人的经验，特别要富有自己的创意。每个成功的人都有一份计划书，只有有计划的去做好每一件事，才能成功，想要创业，那就最好一份创业计划书吧。

【目录】

(一) 公司基本情况

对成立时间、注册资本、经营产品、员工规模等进行简要介绍

(二) 产品/服务介绍

对公司主要的产品和系列服务进行简要描述

(三) 行业/市场分析

对行业状况、市场容量、市场发展前景、消费者接受程度进行简要分析

(四) 业务现状

对市场份额、客户数量简要分析

(五) 财务分析

公司成立以来累计投入、产出、本年度收入及利润

(六) 融资计划

融资金额、参股比例、融资期限、退出方式

第一部分 公司概况

(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

第二部分 产品及服务

(一) 有机蔬菜销售产品、服务介绍

(二) 有机蔬菜销售核心竞争力或技术优势

(三) 有机蔬菜销售产品专利和注册商标

第三部分 行业及市场

(一) 行业情况

有机蔬菜销售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

对有机蔬菜销售市场容量、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)

第四部分营销策略

(一) 有机蔬菜销售目标市场分析

(二) 有机蔬菜销售客户行为分析

(三) 有机蔬菜销售营销业务计划

(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) 有机蔬菜销售服务质量控制

第五部分财务计划

请提供如下财务预测，并说明预测依据：

未来3-5年有机蔬菜销售项目资产负债表

未来3-5年有机蔬菜销售项目现金流量表

未来3-5年损益表

第六部分融资计划

(一) 融资方式

(二) 资金用途

(三) 退出方式

第七部分风险控制

说明该有机蔬菜销售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。

蔬菜创业计划书篇四

完成日期：

报告价格：

咨询订购：

报告目录：

三方公开本商业计划书涉及的本公司的. 商业秘密。

项目经理签字：

接收日期： 年月日

项目名称：

项目单位：

地址：

电话：

传真：

电子邮件：

联系人：

目录

执行概要

第一部分投资方情况

一、主要投资方简介

二、拟引入合作伙伴

三、合作方式

四、项目发起背景

第二部分管理团队

一、管理团队介绍

二、管理团队经验与优势

第三部分业务设置

一、项目定位（参考成功项目设定）

二、主要业务构成（参考成功项目业务设置结构）

三、投资主体自有业务说明

四、项目对外业务说明

五、其他公共服务描述

第四部分技术支持

一、技术服务体系描述

二、主要服务平台介绍

第五部分市场分析

一、有机蔬菜深加工行业发展概况

二、当地有机蔬菜深加工市场运行

三、竞争企业发展情况

四、典型项目介绍

五、项目相关政策环境

六、项目涉及业务市场容量分析预测

七、项目周边市场环境

71项目产品/服务市场规模

72项目相关企业经营

第六部分营销策略

一、项目营销理念

二、项目主要业务营销策略

三、项目营销目标

第七部分运作模式

一、项目经营运作模式

二、主要业务盈利模式

21投资主体自身业务盈利模式

22项目对外业务盈利模式

23其他公共服务盈利模式

三、项目发展规划（说明上市的进度规划）

第八部分管理体系

一、项目组织结构

二、公共服务机构组织结构

三、项目业务管理模式

四、项目人员配置方案

第九部分融资说明

一、项目总投资规模

二、投资使用方案

三、资金筹措方案

四、还款计划

五、投资者收益分配方案

第十部分 财务计划

一、计算依据及相关说明

二、成本费用估算

三、销售收入、销售税金及附加和增值税估算

四、损益及利润及分配

五、盈利能力分析

六、盈亏平衡分析

七、敏感性分析

八、项目效益评价

81 社会效益

82 经济效益

九、主体投资者收益预期

十、其他投资者收益预期

第十一部分 风险控制

一、政策风险防控

二、技术风险防控

三、财务风险防控

四、经营风险防控

五、金融风险防控

第十二部分实施进度

一、项目建设组织原则

二、项目实施进度表

第十三部分其它资料

备查资料清单

撰写说明

蔬菜创业计划书篇五

(一)公司介绍:

1. 团队介绍: 团队成员皆来自农学院, 具有专业的有机蔬菜培育知识。2. 公司经营战略: 初期以农业服务为主, 后发展为有机蔬菜品牌销售。3. 产品介绍: 有机蔬菜是指来自于有机农业生产体系, 根据国际有机农业的生产技术标准生产出的, 经独立的有机食品认证机构认证允许使用有机食品标志的蔬菜。

4. 盈利模式: 主要以有机蔬菜销售获利, 另外还有品种售卖, 农业服务等收入。5. 市场规划: 分两类, 一是大面积的种植户。他们拥有的土地面积大, 可以建立长期的合作与服务关系。二是消费者, 通过有机蔬菜的推广逐步扩大市场。

第二部分行业分析

(一)行业情况：中国是一个农业大国，但农业的现代化程度不高，和国外发达国家相比差距甚远。有机蔬菜概念虽提出了较长时间，但国内有关公司较少，远不能满足我国大量人口需求，且缺乏有品牌的产品。

(二)市场潜力：近年来，食品安全问题屡见不鲜，人们对有机食品产生了强烈诉求。针对有机蔬菜在我国市场的巨大空白，我团队适时推出相关品牌必能占有大量市场。

(三)行业竞争分析：鉴于国内同类型公司较少且缺少知名度，竞争主要来自普通蔬菜市场，我公司应加强有机食品的宣传是人们更多食用有机蔬菜。

第三部分营销策略

(一)有机蔬菜销售目标市场分析：重视食品安全的人群，高档饭店。

(二)有机蔬菜销售客户行为分析：对于普通收入人群，若有机蔬菜与普

通蔬菜价格差距不大，那么倾向购买有机蔬菜；对于高收入人群则会选择有品牌的有机蔬菜。

(三)有机蔬菜销售营销业务计划：

第四部分财务计划

第五部分融资计划

(一)融资方式

(二)资金用途(三)退出方式

第六部分风险控制

第七部分详细介绍

有关资料介绍有机蔬菜不用农药、化肥，种植要求很严格。吃起来放心，还防癌。连续几年来，有些人开始购买有机蔬菜，但由于价格原因消费人群较少，购买量也比较低。虽说有机蔬菜已经有了一些固定消费群，但高价是不争事实，即便在春节消费旺季也不温不火，无法引起更多市民的购买欲。

难以分辨：不少消费者表示，商品上琳琅满目的“绿色”、“有机”、“无公害”标志让消费者难以分辨。1月《每周质量报告》报道，沈阳一家公司未经国家法定机构许可，使用别的公司的绿色食品标志销售蔬菜，以普通蔬菜假冒绿色蔬菜，进了沈阳的十几家大型超市。在有机蔬菜的辨认上确实还存在漏洞，如果供应商一时货源不足，不能排除其将有机标签贴在无公害蔬菜上的可能。

难以接受：普通黄瓜一斤2元左右，有机黄瓜一斤7~9元；普通西红柿一斤2.50元左右，有机蔬菜则卖到6~7元。在不少超市和卖场的有机蔬菜专柜，看的人远远多过买的人，不少人还是不能接受让人咋舌的高价。

有机蔬菜维持在普通蔬菜的3~5倍，是高额投入还是虚张声势？农工商集团最大蔬菜基地星辉蔬菜有限公司，技术专家陈志贵说，光是申请成为有机蔬菜基地就有很多要求，如3年内不得使用化学农药、化肥等违禁物质等，前期水净化最少也要每亩30万元，而且锄草、杀虫、捉虫等过程为避免污染必须人工，人工费就是一笔不小的开支，再加上每年的有机认证费用1万元以及农业的病虫害、草荒等风险。事实上，有机蔬菜很难赚钱，能种出好蔬菜的都选择了出口业，毕竟其利润是国内的3~5倍，而且投入也不需要那么大。

难成规模：规模化是否可以使有机蔬菜的价格降下来呢？有机蔬菜品牌寥寥无几，如北京的“小汤山”“九洲丰园”、“星辉”、“禾露方圆”、“崇本堂”、“下西洋”

和山东的“三益庄园”等，屈指可数，据有关专家郁繁敏介绍，国际上有机蔬菜占蔬菜总面积的3%~5%，按这个比例，50万亩蔬菜面积中可发展有机蔬菜面积到1.5~2万亩，而事实这50万亩蔬菜面积中有机蔬菜面积连3000亩都不到。

种植有机蔬菜利润少投入大，国内生产者大多选择放弃，而不是规模化经营。不少业内人士指出，有机蔬菜是大势所趋，但尚需时日。

市场分析：中国是一个农业大国，但农业的现代化程度不高，和国外发达国家相比差距甚远。当下中国农业的机械化程度有限，科技水平不高，科技投入相对较少，除相关政府部门外几乎没有一家专业的农业技术服务公司为农户提供全程长期的技术服务和市场调研。而政府部门的服务范围和力度，目前还都有限，无法提供一个长期的专业的服务。随着土地政策的放宽，土地流转越来越快，这就为大型农场的出现提供政策上的支持。当种地规模不断的扩大，对技术的需求也会与日俱增。再者，农业机械设施，在种植和收获时，公司为农户提供机械和服务，在短时间内完成大面积作物的种植和机收。现在主要是政府部门在农忙时出面组织相关事宜，可见市场的空白。在整个过程中为农户提供种子，化肥，农药等并进行技术指导。公司和相关农资企业合作，省去市场中间环节，可以降低价格，吸引农户，占领农资市场。现在乡镇都有很多农资销售企业或个体户，他们的市场竞争能力很弱。主要原因没有专业的技术人员，不能根据各地具体作物生长状况提供最好的技术指导，指导农户进行相关的病虫害防治和田间管理。他们所经销的农资产品经过的市场环节很多，而我公司直接将产品销售到农户手中，价格低，质量有保证，还有专业的技术人员为他们提供合理恰当的技术指导。后期，公司收购农户的产品。由于直接从农户手中收购，质量和货源都有保证，在市场竞争中处于有利地位。

市场服务对象：分两类，一是大面积的种植户。他们拥有的土地面积大，可以建立长期的合作关系。定期进行市场调查

分析，田间作物生长状况调查，土地肥力和生态环境等各个方面的调查。为他们提供从买种到销售的一条龙服务。二是普通农户。他们的田块较小且分散。只提供各个阶段的服务，主要以自然村为单位调查。

公司盈利：前期主要靠为农户提供种子、化肥、农药、机械服务等上赚取市场差值和服务费用。后期，除前期的盈利项目外，农产品的销售则是主要的项目。另外在占领市场和提高服务质量和专业性以后还可以收取一定的服务费用。

公司前景：前期主要提供各种农资和服务，可最终发展成为农田的直接种植和管理者，成为农产品的直接收购和销售者，同时还决定着农产品的种植种类。演变成付钱给农户的农田租用者，可以成为中国最大的农场主。

而至今中国从事农业技术服务的公司几乎还没有，市场很空白。农民的知识不断增加，眼界不断开阔，对专业的农业技术服务也会不断增加。所以这么一个行业前景广阔。

蔬菜种植创业计划书

1、以种植业为主

以常规蔬菜为主，特种蔬菜为辅。以大棚蔬菜为主，露天栽培为辅。先期自身发展，慢慢地带动乡亲发展，建立合作社，打造大北头蔬菜基地。人员：数目5个，我和合伙人以及员工三个(两男一女)人员安排：员工日常种菜，采菜。其中一个负责技术，信息，市场，以及管理。另外人在菜地干活，五个人足够。

2、市场

零售以杏寨乡为主，批发以应县县城为主，应县菜市场及各饭店(特色菜)，合伙人负责零售，其中一人负责送批发。应

县城可以让我们一年挣十多万，还可以卖到更远的地方就能让我们挣我不知道的数目，等我们形成规模，产品可以卖的更远。

3、运输工具

小型货车及摩托车

4、销售技巧

我们菜的优势及特点：与当地农民等种的蔬菜相比，我们具有，喷药少，灌溉水无污染，重金属少，清洗水干净，包装好，菜的色泽和新鲜度较高等优点。菜的品质和质量优。

因此，我们必须采取差异化以及品牌化的销售模式。在差异化上，摆放，以及包装，宣传等要做到不一样。在品牌化上，传统农业是没有品牌的，在多年的销售总结下，品牌的作用非常重要。销售上必须注意信用，绝不能缺斤少两。只能多给，不能少给。

5、宣传

在宣传上，我们属于大学生创业，再者在电视台和报纸都有关系，可以免费给我们宣传。这种宣传比花钱的宣传作用更大更有效果。

6、风险

养殖业的风险比种植也高，蔬菜行业的风险低，最多是在自然风险，暴雨等。

但是蔬菜具有年生产四次以上的特点，即使有风险也是一次没有，还有三次。露地蔬菜比大棚蔬菜的风险更大，大在哪，虫害，以及干旱，而我们采用的是生物杀虫灯以及防虫网双

层防虫，几乎没有虫害，在干早上，传统的是挑水浇菜，费时费力且不科学。我们采取的是科学的，随时的。故在干旱方面没有多少风险。

7、收入预计

十三亩大棚，每亩一年最少在一万以上，加上露地，一年的收益在15万左右。这是保守估计，不是随意空想。

8、蔬菜品种

常规蔬菜分类：蔬菜分类可分为：白菜类、根菜类、绿叶菜类、葱蒜类、茄果类、豆类、瓜类、薯芋类、水生蔬菜、多年生蔬菜、野生蔬菜、食用菌类。按食用器官分为：根类、叶类、茎类、花菜、果菜。

后记：我们是大学生创业，既然选择了农业，那么我们就必须以现代的理念去建立，去经营。在思路上必须开阔，眼光必须长远。以及我们的目标不仅仅是个人致富，在我们致富的同时，必须尽力带动乡亲的富裕，必须有着大家富才是真的富的理念。