

# 2023年农家乐项目策划书产品概述(汇总5篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

## 农家乐项目策划书产品概述篇一

(一)规模化养殖清水鱼(放养)；

(二)规模化养殖家鸡、鸭、鹅、孔雀(放养)；

(三)放养黄牛、山羊；(

四)种植牧草、果树；

(五)规模化养殖石蛙；

(六)利用现有的设施搞农庄绿色食品开发、餐饮及旅游。

随着经济的发展，城乡居民的生活质量和消费档次不断提高，对有机的、绿色的、无公害的农产品的需求不断增加，其价格也是一般农产品的数倍，市场潜力巨大；同时人民生活水平的不断提高，不再是吃饱，而是吃好，讲营养，讲保健，讲绿色、无公害，讲“回归大自然”，这为旅游业带来了巨大的商机。国家提倡的发展“有机食品、绿色食品、无公害食品”意义在此。这次浙江农民信箱举办的“网上农博会”最受顾客喜爱的都是那些最农家化的原生态食品。比如山野菜系列，符合现代人回归大自然的特点。产权式绿色农庄有如下功能：

3、休闲及周末节假日度假功能；

4、居住功能，农庄具有舒适的居住卧室、活动室和洁净的厨卫设施；

6、通过项目的实施为当地政府和农民提供示范作用，为农村经济产业结构调整做出贡献。综合上述，本项目的需求和市场前景非常广阔。

1、生态循环养殖

2、农家乐休闲旅游。

把现代农业与自然资源及其旅游资源融为一体，以经济、社会与环境紧密结合作为切入点，实现“三效益”，实施农业和农村的可持续发展。

现在大家都向往乡村生活，所以只要做好农庄真实性宣传。

1、种植牧草，皇竹草，收获的牧草用于饲喂清水鱼、牛、山羊。

2、养殖蚯蚓，将蚯蚓用于养殖土家鸡、土家鸭、土家鹅、蚯蚓粪用于种植牧草。

3、养殖的清水鱼、土家鸡、土家鸭、土家鹅、石蛙、牛、山羊供应市场。

4、养殖原料除购买豆渣、菌糠和少量的粮食，其它原料基本都由自行生产供应。

资金需求情况及融资方案通过合资或筹资方式得到资金。

通过养殖、种植餐饮在3年内回收经济

由于投资小，回收期短，依托当地绿色农业与自然资源，因而此项目是可行的，并且风险也不大。

## 农家乐项目策划书产品概述篇二

“农家乐”旅游是乡村旅游的一个重要组成部分，在我国，真正意义上的农村旅游始于20世纪80年代，它在特殊的旅游扶贫政策指导下应运而生，但由于起步较晚，目前仍处于初期阶段。目前我国各地的乡村旅游开发均向融观光、考察、学习、参与、康体、休闲、度假、娱乐于一体的综合型方向发展，其中国内游客参与率和重游率最高的乡村旅游项目是“住农家屋、吃农家饭、干农家活、享农家乐”为内容的民俗风情旅游；以收获各种农产品为主要内容的务农采摘旅游；以民间传统节庆活动为内容的乡村节庆旅游。如今的“农家乐”旅游服务不仅能为农户带来一定的经济收入同时也有助于城乡之间的社会交流，在“三农”问题得到日益关注的今天，各地蓬勃兴起的“农家乐”旅游服务为农村人力资源转换、多渠道增收致富开拓了一条新的可行之路，已经引起社会各界的浓厚兴趣和政府部门的热切关注。

农民依托当地旅游风景资源，利用村寨院舍开发农事风情和本土文化资源，因地制宜地经营特色旅游服务，成为勤劳致富的有效途径。他们可以把自有的一般生活资料、生产资料转化为经营性资产，无论是从事“农家乐”的农民还是从事农业生产和加工的农民，都可以从中增加收入。“农家乐”服务模式也就应运而生。

“农家乐”旅游项目不仅根据当地实际，发展特色农家旅游，还注入现代人很少涉及的视觉旅行，让人们在享受身体的旅行和视觉放松的同时，让其视觉上也能得到很好地享受。现如今，“农家乐”旅游作为一种新兴的特色旅游项目，从一开始就收到了游客的普遍欢迎和市场的广泛认同，有着巨大的市场潜力和广阔的市场前景。

随着人们物质生活水平的不断提高，现代旅游业的快速发展，近几年以“吃农家饭、品农家菜、住农家屋、干农家活、享农家乐、购农家物”为主要内容的“农家乐”旅游方式，引起社会各界的极大重视和关注。在人们对精神文化生活的需求日益丰富并呈多样性发展的今天，“农家乐”特色旅游活动在全国悄然兴起并以成为旅游业中的一大亮点。随着产业链、服务链的延伸，不仅带动了餐饮服务、商贸流通、客运交通等相关的第三产业发展，而且促进了农产品生产和销售、特色旅游产品加工和制作等农村第一、二产业的新的的发展，促进了农业和农村由单纯地提供农产品向提供生态产品、文化旅游产品的转化升级，为农村产业结构调整 and 主导产业培育注入了新的动力。

“农家乐”旅游的蓬勃兴起，让农民充分看到了环境资源的价值，积极主动地保护和建设良好的自然生态环境，以“农家乐”旅游提供有力的支撑和保障。城市游客的到来，送来了城市的气息、技术和管理，带动了“农家乐”旅游业质量和水平的提高，推动了农村社会的城市化进程。因此，“农家乐”旅游是城乡互动中的桥梁和纽带。

农民依托当地旅游风景资源，利用村寨院舍开发农事风情和本土文化资源，因地制宜地经营特色旅游服务，成为勤劳致富的有效途径。“农家乐”旅游服务模式也就应运而生。

“农家乐”旅游项目不仅结合当地实际，发展特色农家旅游，还注入了现代人很少涉及的视觉旅行，让人们在享受身体旅行和视觉放松的同时，在视觉上也能得到很好地享受。

除此之外，选择该项目还有以下几个原因：

- 1、人们的生活水平日益提高，消费结构快速升级，休闲旅游成为了城市居民一个新的消费需求和一种新的生活方式。越来越多的城市居民开始崇尚自然、回归自然、享受自然。每个现代人都有返璞归真的愿望，而“农家乐”恰好满足了人

们走进自然、回归自然的心理。在青山绿水间，吃农家饭、干农家活、观农家景，临走还捎带点农家特产，尽情享受回归自我的轻松和飘逸。

2、当前城乡二元经济结构逐渐被打破，城乡一体化已是大势所趋。“农家乐”作为一项沟通城市与农村、市民与农民、农业与休闲旅游业的复合型产业，既为城市居民提供了了解农业、贴近农民、认识农村的机会，也增进农村居民对现代文明的了解和认识。

3、“三农”问题得到日益关注的今天，各地蓬勃兴起的“农家乐”旅游服务为农村人力资源转换、开拓多渠道增收致富打开了一条新路，已经引起了社会各界的浓厚兴趣和政府部门的热切关注。

我们想把大学生自主创业同新农村建设结合起来，我们的创业理念是让人们置身于田园，既有河中摸鱼、竹林挖笋等融融乐趣；又有青山流水、霞光白云等依依美景。日间，可游走于清幽小道、田野之坪；入夜，又可坐赏明月繁星，倾听萤虫低唱。

### （一）市场环境分析

#### 宏观环境

1、人口环境：2015年长沙城区人口将达400万（不包括望城区）。

2、经济环境：长沙市统计局初步核算，全年实现地区生产总值(gdp)7824.81亿元，比上年增长10.5%。第三产业实现增加值3261.09亿元，增长9.7%。按常住人口计算，人均gdp达107683元，比上年增长9.2%。全年城镇居民人均可支配收入36826元，比上年增长9.4%。其中，人均工资性收入19471元，比上年增长10.3%；人均经营净收入5606元，比上年增

长22.5%；城镇居民人均消费支出26779元，比上年增长19.8%。城镇居民人均可支配收入高于全省平均水平10256元。

3、自然环境：全市拥有国家级生态示范乡镇55个，省级自然保护区1个，自然保护区面积0.67万公顷。

4、社会文化环境：全市拥有普通高校50所，普通高中74所，初中学校218所，普通小学937所。在学研究生5.24万人，增长1.0%；普通高校在校学生54.75万人，比上年增长3.2%；普通高中在校学生13.15万人，增长1.2%；普通初中在校学生23.32万人，增长2.6%；普通小学在校学生48.13万人，增长5.1%；幼儿园在园幼儿23.28万人，增长7.9%。小学适龄儿童入学率100%，小学升初中入学率110.6%。

以上的宏观环境都对身为第三产业的旅游业发展有着积极的促进作用。“农家乐”深受城市快节奏生活的人们的喜爱，随着经济和社会的发展，人民生活水平的提高，“农家乐”这一旅游形式也必将蓬勃发展。

## 1、长沙旅游市场环境

在国内及国际旅游蓬勃发展的背景下，长沙旅游业也获得长足的发展。旅游业已成为长沙第三产业的重要构成部分和国民经济的支柱性产业。

长沙作为湖南省会，已成为全省的政治、经济、文化、科教、商贸和旅游中心，是首批中国优秀旅游城市 and 历史文化名城。截止至2014年，全市共拥有旅游区（点）近百处，其中4a级旅游区（点）8处，国家级风景名胜区1处，国家级森林公园5处，国家重点文物保护单位11处，国家农业旅游示范点5处。

长沙有着优越的旅游交通条件。湖南最大的航空港黄花机场拉近了长沙与国际、国内各大城市的距离，目前共开通75条定期航线，其中国际及地区通航点有12个。京广铁路贯穿南

北，石长铁路连接东西。至于以长沙为中心的高速公路更是辐射全省和全国。

## 2、行业竞争者

长沙周边有“和道源”、“桃花农”、“丰收园”等农家乐十余家，他们大多于最近几年开始营业，时间还很短，没有自己区别于别家的特色，同时由于中小规模，缺乏管理，经营情况一般。种种微观环境也同样对“农家乐”项目有利。

### （三）项目可行性(SWOT)分析

#### S(优势)

长沙很多“农家乐”是以农户经营为主，既没有单独合理的品牌规划脱颖而出，更不可能将整个特色品牌联结到大市场，仅仅让“农家乐”的经营满足于各家各户的小打小闹。定位不明确，没有个性和品牌核心价值很难真正形成游、食、住、行、购、娱一体的产业链。首先表现在目前的“农家乐”提供的旅游产品单一，缺乏特色，品位不高。“农家乐”尤其是一些低档“农家乐”已经成为“乡间麻将会所”的代名词，提供给游客的服务以饮食住宿为基础，茶水唱歌为附属，而麻将等类型的游戏是主打。目前大多的“农家乐”没有认识到多投资搞项目开发的重要性，却走入了重设施建设、请乡土文化环境营造的误区。

“农家乐”的发展时间较短，理论研究比较零散，特别是“农家乐”的理论基础，缺乏深入的分析 and 探讨。

前期农庄工作人员的服务水平和意识不高，需要进行定期和不定期结合的员工培训。

前期的资金会非常紧张，对导入期的宣传工作产生一定的影响。

政府机构政策。当地政府对“农家乐”产业发展十分支持，所以这也给我们提供了一个很好地平台。

当地企业对“农家乐”项目的投资兴趣非常浓厚，这给我们再融资方面带来了极大便利。

现代城市中的人们对休闲娱乐生活的向往，会产生很大的需求，独具

特色的“农家乐”具有非常广阔的市场前景。

来自中低档型酒店的威胁。中低档酒店的品牌的崛起，产生的连带效应会冲击现有的“农家乐”的经营格局。虽然他们看起来没有“农家乐”休闲，但是他们的规范化和标准化经营会在大众心中留下很好的印象。

易于模仿。这种“农家乐”的经营管理模式很容易被同行模仿，而且这种模仿几乎无法规避。

(1) 低成本战略：建立长久稳定的供货渠道，直接与原材料制造商签订长期的采购合同，以降低原料成本；再加上我们与现代农业基地的合作，能让这种货材的价格达到行业的最低，可以大大加强竞争力，拉大与竞争者的差距。

(2) 差异化战略：虽然在经营范围上我们的农庄比竞争者的要宽要广，但我们还是要做到“人无我有，人有我优”。在店面的风格和宣传的包装上充分运用充满中国古典自然美；同时餐厅和包间的设计也要突出层次感；再加上优质的服务，这些会使我们的竞争力大大加强。

或服务时，我们也会给老顾客们发去信息，希望他们的再次光临。

1、产品策略：建立农家乐主题休闲方式，，对农家乐进行良



好的规划，对农

家乐在不同的季节进行变换不同的主题，开展体验田园生活模式；让消费者在这一过程中享受休闲，忘却疲劳和压力。

2、价格策略：渗透定价法+撇脂定价法，渗透定价法是基于成本的定价策略，

在农庄的综合项目里，田园饭菜、野味烧烤和自主采摘等活动与现代农业基地的合作有关，而这些食物的成本相对较低，我们会将其价格以低于同行业市场的价格销售，目的是以物美价廉的形象吸引顾客，抢占市场，有利于企业提高产品市场占有率。撇脂定价是基于市场的定价策略，就我们农庄而言，我们的目的是把市场做大做宽，低价格的渗透定价很难帮助企业迅速的实现资金回笼。于是，在农庄综合性项目里，我们选择了篝火晚会、桌游、游泳□ktv等项目进行撇脂定价，让这些项目以高于外面的价格出现，这样可以相对短期内收回投资成本，使资金回笼相对稳健，有利于进行更好新项目的研发和投资。

1、资金来源

我公司资金由自筹和银行贷款两部分组成。

2、资金使用：我公司的资金使用主要用于该项目的前期建设，例如，购进固定资产，维持的、山庄运营的基本费用等。

3、总投资收益率

4、利益分配方式

我公司严格按照我国公司法的规定，进行利益分配，每年提取10%的法定盈余公积金。公司暂时不决定向股东分配股利。

## （一）公司的风险问题

尤其是在自身发展还不太成熟的创业初期，这些风险可能会导致公司的解散。

### 1、政策风险更为复杂

因为我们是自种蔬菜，自摘蔬菜为主打特色，这需要蔬菜示范园的合作，也需要与政府合作，这是我们最大的掣肘，这可能导致我们努力付诸东流。处理好与政府之间的关系也将是我们最重要的目标之一。

### 2、蔬菜的质量安全

蔬菜是由顾客在蔬菜园中直接挑选，并不经过我们手，而一些顾客对此也并不了解精通，所以蔬菜的安全也是必须重视的一个问题，这还关系到我们的信誉，如何有效的监察管理是我们必须面对的问题。

除此之外，一些必然的风险同样值得重视：

### 1、财务风险

财务风险是指公司财务结构不合理、融资不当使公司可能丧失经营能力而导致公司预期收益下降的风险，这是每个公司都会遇见的问题，是客观存在的，只能采取有效的措施减小而无法避免。

### 2、政策风险

政策风险是指政府有关部门的政策发生重大变化或是有重要的举措、法规出台，引起商业市场的波动。就目前而言，政府对农家乐是报以全力支持态度，但不免以后会产生变化，又因为我们是与政府合作，对政策极为敏感，所以这项风险

显得尤其突出。

### 3、信誉风险

信誉风险是因公司管理决策的商业行为，所造成的公司信誉损失所带

来的风险。例如公司所制定的服务标准降低，导致服务质量降低，，消费者对企业的印象改变所带来的损失。或者是企业有意地做出损害客户或是公众利益的决策。或是赚取高利润让企业形象大打折扣等等。

我们从事的是服务业，信誉方面是极为重要的，我们可能会遇到的信誉风险有：服务质量让顾客不满意，使其对公司印象不好，拒绝二次消费；导致我们的顾客流失。

### 4、安全风险

蔬菜的质量安全，因为蔬菜是由蔬菜园提供，顾客自行采摘，不经我们的手，如果出现安全问题，会导致较为严重后果。

### 5、决策风险

在公司决策方面，各个管理者所持观点会不尽相同，甚至可能会大相庭径，在这种情况下，我们公司将会面临着重要的卷决策风险。决策对于公司应对危机和公司将来的发展密切相关，一旦采取了错误的决策，公司可能会面临着极其窘迫的尴尬局面，又是甚至还会导致公司的灭亡。因此，决策风险是我们公司长久发展壮大关键所在，任何一个公司的管理者都不能小视这个问题。

### 6、竞争风险

在我们公司周围，拥有数家较为成熟的农家乐，都拥有他们

各自的特色，会分散我们的部分游客，而且由于当地政府对农家乐的支持，在未来的一段时间里，会有一批新的农家乐建立，成为我们的直接竞争对手。

## （二）预防和应对措施

在竞争上，我们一定要做出自己的品牌特色，开辟一条自己的路，创建自己的特色品牌服务。

## 农家乐项目策划书产品概述篇三

体验农家生活，感受自然风情

0团支部

20xx年11月25

黄角垭凉风垭农家乐

为了营造积极向上、充满激情、丰富班级同学业余文化生活，展示同学团结一心，锐意进取，蓬勃向上的精神风貌，同时也给同学们展现自我的舞台。培养积极向上的心态和良好的竞争意识，去创造美发现，体验淳朴的农家生活。

为了建立一个优秀的班级，体现文明高校学生风采；为了增强同学们之间的团结、合作，体现团队精神；为了加强同学之间的交流，体现合作、互助精神；为了丰富课余时间，组织全班同学前往农家开展一系列活动，扩展视野、陶冶情操、感受农家生活，使班上的同学更加团结，创建一个优秀的班集体。

大学的日子里是忙碌而充实的，但在校期间同学之间接触、交流较少，为提高班上的凝聚力和合作精神；班上借此次户外踏青活动的机会，开展一系列同学们自己动手做饭吃的农

家乐活动。培养锻炼同学们的生活自理能力和动手能力以及组织能力。感受生活的来之不易使同学们再以后的生活当中更加的出色，更加的完美。通过这次活动同学们促进了解，提高班内的氛围更加活跃，增强班级凝聚力，充实同学的假期生活。

1) 在准备开展活动前，负责人前往场地巡察，选择既合适又具有活动意义的场地，向同学介绍活动场地风景、娱乐设施，遵循班集体的意向。

2) 在活动前准备做好整体规划，对各细节注意安排人员，为防止意外现象发生，及时做好安排。

3) 为了保证活动的组织性，提前租赁车辆，安排好来回路线及车辆，方便全班同学同时前往目的地，预防少数同学走失活动场所，也保证了同学们的安全问题。

4) 提前三天统计参加活动的人数，为了整体安排，分别将全班同学自由组队分成六个小组，挑选各组组长，方便组织和分步任务。

5) 活动当天各小组先分别行动，各自队长带领前往菜市场购买活动所需材料，购买结束后，于集合地点集合，发车前往活动地点。

6) 到底活动地点后各位同学听取各组长安排详细过程，不得脱离组织，擅自行动。

7) 为保证整个活动中的安全，负责人必须担负起对同学的责任，要密切关注同学的去向，及时提醒，把一切事情落实到位。

(1) 上午9点统一在校门口集合，由各组组长带领各组员去买菜。

(2) 上午10:30到校门口集合，清点好人员以后统一乘车赶往目的

地。

(3) 到活动地点后同学自由参与乒乓球、篮球、台球□ktv□麻将等

各种娱乐活动。

(4) 11:30各小组开始准备好做菜的各种工具，清洗工具。

(5) 农家乐厨艺大战。各小组各显其能，小组总动员准备中餐。

(6) 午餐过后打扫卫生后，大家继续各种娱乐活动。

(7) 在农家乐二楼ktv包厢里各小组进行k歌大赛。

(8) 下午4点清点人数，组织大家乘车返回学校。

总负责：李丕

组织和协调：王艳秋

预算和安排：李丕

摄影：周三贵

回到班上后同学们向班委会反映本次活动中存在的不足，由班委会将意见和建议汇总。吸取此次活动中存在的不足，能在下次活动中办的更好更出色。

在开展农家乐活动中同学们团结互助、分工明确、不未辛苦，达到了活动预期效果，在活动中促进了同学之间的感情交流，

在活动中深切的感觉生活的色彩，增长了同学的社会经验和认识，体验到团体合作的力量，放松在学习中的压力。通过这次活动同学们增进了了解，班内的氛围更加活跃，班级凝聚力得到增强，充实同学的假期生活。

1) 在开展活动同时所有同学必须了解活动流程，注意活动环节事项，在活动开展前全体同学做详细准备和安排，避免活动开始或手忙脚乱，无组织纪律性，破坏现场氛围。

2) 在活动中为保证各位同学的安全问题，必须听从负责人组织安排，不得擅自离开活动现场，必须跟随班集体行动。

3) 为维护学校形象，不得在活动地点破坏农家财产，偷拿东西，凡一发现从严处理。

4) 在展示厨艺环节中应注意油烫、刀切、损毁碗碟、防止煤气泄漏。

5) 在活动结束后遵守规矩，请各组组长安排人员处理现场卫生。

#### 第一次团组织活动经费清单

吃饭：

260元一桌，共两桌=520元；

两瓶饮料（10元/瓶 $\square\square 10 \times 2 = 20$ 元；

娱乐：

台球20元/台（从进场到结束 $\square\square 20 \times 1 = 20$ 元；

总费用：560元；

本次活动共28人参加，人均费用 $560/28=20$ 元。

## 农家乐项目策划书产品概述篇四

### 一、项目概况

#### 1、背景介绍

最近几年农家乐如雨后春笋搬遍地开花□20xx年是农家乐发展最为关键的一年，国家旅游局把“中国乡村游”定为旅游主题，今年国家旅游局又把宣传主题定为“20xx中国和谐城农家乐乡游”。

据不完全统计，近年来，发展乡村游已使全国2000万人脱贫。

吃农家饭、干农家活、住农家院，农家乐成为乡村旅游的重要增长点。

由于受到经济危机的影响，全国小型农家乐的生意出现了很大的反弹，比较去年的生意，可以说是雪上加霜，今年以来受到经营风暴刺激，很多的地方已经关门了，大型农家乐好像没有多大的影响，可是随着市场范围的缩小，竞争越来越激烈，要想在众多竞争者中脱颖而出，经营者就要在传统的经营模式中注入新的元素，比如把现在流行网上虚拟的qq农场、牧场现实化，让人们更真实的感受到种菜的乐趣。

#### 2、开发目的

文化是旅游的灵魂，通过对qq农场、牧场这一新文化热点的挖掘，满足人们迫切希望回归大自然愿望，正确的引导人们在健康的环境中体验农家生活。

真正的把文化特色融入到农家乐旅游中去，将零星分散的热



点文化和景点串联起来,形成旅游项目群,形成供游客可参与的旅游产品,留住游客,从而增加市场份额,赢得更多的顾客?同时,科学?合理?适度地开发利用资源,使当地的社会?经济?生态?环境健康协调发展。

### 3、 可能成功的因素

“农家乐”旅游作为一项新的旅游项目,已成为世界潮流?农家乐发展起来后,带来的不仅仅是消费收入,还有产品信息、项目信息和市场信息,为当地经济的发展提供了契机。

农家乐成为农民了解市场的“窗口”,成为城市与乡村互动的桥梁。

各地游客为农村带来了新思想、新观念,使农民及时了解到市场信息,生产经营与市场需求相接轨。

我们的优势在于:首先,我们最大的特色在于将虚拟的qq农场和牧场移接到现实中,人们可以真实的感受摘菜的乐趣;其次,休闲活动的丰富多彩,包括篝火晚会、拔河、会议、餐饮、住宿、打球、垂钓、棋、烧烤□ktv□影视等;最后,我们休闲娱乐环境优雅舒适,饮食卫生安全,消费合理,价格实惠,多种经营渠道相结合,好的服务才能赢得更多的回头客。

## 二、可行性分析

### 1、返璞归真农庄新项目的市场分析

#### 1.1农家乐的市场潜力

农家乐是新兴的旅游休闲形式,是农民向城市现代人提供了一种回归自然从而获得放松身心、愉悦精神的休闲旅游方式。

一般来说,农家乐的业主利用当地的农产品进行加工,满足

客人的需要，成本较低，因此消费就不高了。

而且农家乐周围一般都是美丽的自然或田园风光，可以舒缓现代人的紧绷的思绪，因此受到很多城市年轻人的热烈欢迎。

### 图1. 消费者去农家乐的次数

调查结果显示，很少去农家乐和没去过农家乐的人数占到调查者的83%，由此推断，农家乐还存在着巨大的市场，需要增加新项目，运用新的模式来吸引消费者。

### 1.2、农家乐的消费群体市场

#### 图2. 不同收入群体对农家乐的态度

调查显示，收入在1000-3000之间的群体有将近60%的人对农家乐有兴趣，30%的人很有兴趣，收入在3000-5000之间的群体有40%的人对农家乐有兴趣，超过50%的人对于农家乐很有兴趣，收入在5000-8000之间的群体也有40%的人对农家乐有兴趣，40%的人很感兴趣，随着收入的提高，对农家乐的态度逐渐转低。

分析得出，农家乐的消费模式符合低中层次收入人群的消费习惯，高收入群体更喜欢高雅奢侈的消费方式，由于目前我国以低收入群体为主，由此推断，农家乐存在巨大的市场。

### 1.3新项目的市场

qq开心农场游戏自推出以来就受到了众多网友的青睞，纷纷加入其中。

该游戏以极快的速度“席卷”全国，网民们在玩游戏的同时身心也得到了放松。

但qq农场游戏毕竟属于虚拟世界，网民们只能通过点击鼠标参与其中，从中感受到快乐，于是我们想着将游戏搬进现实生活。

对于它是否具有现实化的可能性，我们做了如下调查：

图3. 玩开心农场的消费者比例

图4. 消费者对于开心农场现实运作的态度

调查显示，随着网络的日益盛行，一种以农家生活为背景的网络游戏受到大家的热捧，调查者中经常玩的人高达52%，偶尔玩的人也有34%，由此可以看出，城市人对于以农家生活来释放压力的方式很有好感，这对于我们推广农家乐的新项目来说，新的农家乐模式肯定会受到大家的欢迎。

图4调查结果显示消费者对于开心农场现实运作的态度，很直观的可以看出，超过60%的人对此持积极态度，这说明新的农家乐模式有很强的生存能力。

## 1.4新项目的优势

图5. 消费者认为的新项目优势

根据消费者对新项目的优势调查显示，新模式自主性强，参与性高，以及新模式有助于联络感情这两个成为了消费者认为的最大优势，这两个优势带动农家乐的新型模式，通过现代化的管理和有效的营销方式，新的农家乐模式将会获得成功。

## 2. 农家乐的消费者分析

### 2.1总体消费态势

农家乐作为休闲农业和乡村旅游的典型代表,正日益受到城市游客的青睐。

在当今经济高速发展的时代,便捷休闲的农家乐成为了时下风行的旅游方式和习惯,农家乐融合餐饮、住宿、休闲、体验参与等各种休闲元素,吸引着不同层次的消费者。

近年来,随着农家乐经营方式的逐步创新,产业的规模效应逐渐显现,市场需求促使其产业链向下游和上游延伸,农家乐消费呈现出逐步扩大的态势。

## 2.2 消费者分析

### 2.2.1 农家乐旅游更受女性的青睐

#### 图6. 不同性别对于农家乐的态度

本次调查结果显示,31%的女性很喜欢农家乐的出游方式,相应的男性这一比例只有22%,60%的女性对农家乐有兴趣,男性只有51%对农家乐有兴趣,由此说明,农家乐这种出游方式更受女性青睐,因为农家乐符合女性的出游习惯,简单、便捷却又能体验生活,相对来说男性更喜欢出游到更远和更冒险的地方。

### 2.2.2 农家乐旅游受年轻人和老年人的喜爱

#### 图7. 不同年龄段对于农家乐的热衷程度

调查显示,在18岁以下的年轻人中有超过67%的人对农家乐有兴趣,在18-25岁之间的年轻人中这一比例达到87%,而在45岁以上的老年人中这一比例高达94%,相对于年轻人和老年人的态度,中年人对农家乐感兴趣的比例刚过60%,分析得出,这是因为年轻人喜欢农家乐的气氛和体验项目,而老年人则热衷于运动量较少的出游方式。

## 2.2.3农家乐更受工作压力大的群体的欢迎

### 桃花源农庄农家乐项目策划

项目名称：桃花源农庄“农家乐”旅游项目

项目单位：江西桃花源生态农业有限公司

建设单位：江西桃花源生态农业有限公司

### 第一章 景区划分原则

- a) 根据景区资源特色及功能要求划分。
- b) 合理利用自然资源，充分发挥资源潜力。
- c) 集中开发建设，统一管理，充分抓住经济效益。

### 第二章 桃花源农庄定位

融参与性、观赏性、娱乐性、趣味性于一体的中国现代农业主题乐园。

### 第三章 桃花源农庄策划的思路

依托资源优势，优化发展环境，突出民俗特色，发展旅游经济，引进高新技术，促进产业化进程，抓好“农家乐”项目落实，壮大农庄财力。

### 第四章 桃花源农庄策划的主题

吃农家饭、住农家屋、干农家活、享受农家乐趣。

走近大自然，感受农村生活。

## 第五章 桃花源农庄项目策划

景区分三个

功能区：既游客娱

乐、接待服务区，

果蔬种植、采摘体

验区，畜牧家禽水

产养殖示范区。

### 一、游客娱乐、接待服务区

游乐项目：农庄大门—许愿树—林荫大道—大草坪—民俗表演、民俗娱乐区—农业工具展示区—民俗工艺区—特产商场—桃花井—射箭场—农业知识展览馆—品茗、棋、球类等。

#### (一)游客接待中心

简介：以现有餐馆、客房为基础，增加木屋别墅、各类游乐项目和活动，形成农庄200人/日的接待能力。

主要设施：

1. 农家茅屋大餐厅一座，面积400平方米；空调大包箱餐厅四室，面积400平方米，每天可同时接待200名旅客就餐。
2. 农家四合院客房22间，面积800平方米；木屋别墅10栋，面积600平方米，每天可同时接待100名旅客同时住宿。
3. 特产商店一座：面积100平方米，位于农业工具展示和民俗工艺区中间，主要经营微缩农具，土特产等。

4. 停车场二个：面积1000平方米。

5. 林荫大道：半圆型的拱架。

在拱架两边种植藤本植物，如紫藤、爬山虎、长春藤等，形成农村特色浓郁的林荫大道、景观大道。

6. 许愿树：学名为苦株树，此树在农庄大门处，树龄400多岁。

相传：明末年间，桃花源的一个小村庄里，有一对深深相爱、青梅竹马的年轻男女，男的叫金龙，女的叫银凤。

金龙18岁时，要代表村里去遥远的北方参战，二人依依不舍，在村头的苦株树下私定终身，相约两人要白头偕老。

金龙走后，银凤每天都去村头的苦株树那里，在苦株树上缠一条红布条，默默地许下一个愿望，天天如此，月月如此。

每当村里的人经过时，都会好奇地问她：“银凤，今天又许什么愿了啊？”每次银凤只是害羞地笑笑，低头不语。

其实，苦株树知道，她所有的愿望只有一个——心爱的金龙能够早日归来与她白头偕老。

五年过去了，战争早已结束了，却依旧没有金龙的消息。

只是村头的苦株树上缠满了黄布条，每年苦株花开的时候，黄色的苦株花和红色的布条相映显得格外鲜艳夺目，村里人久而久之，都习惯并喜欢上了这棵独特的苦株。

然而，在银凤眼里，每多一条黄布条就如在心里多扎了一针，苦株树越夺目，她的心就越痛。

她最喜欢起风的日子站在苦株树下，仰头看着随风飘扬的红布条，静静地感受着风儿将她的思念捎去给心爱的金龙。

又过了五年，有关金龙去向的消息说法各异，有的说他升官后远走他乡了，有的说他残废了不想连累银凤客居他乡了，有的说他在战场中牺牲了??村里的人都劝银凤别等了，找户人家早点嫁了。

附近的村镇也有很多人来提亲，银凤都执意拒绝了。

终于，银凤的父母自作主张，把银凤许给了邻村的一户人家。

银凤没有反抗，只是经常一个人静静地坐在村头的苦株树下，两眼望着远方??婚礼的前一个晚上，银凤穿上了那套父母为她精心准备的让全村女子都羡慕、嫉妒的礼服，独自来到了苦株树下。

婚礼当天，全村人都集合在桃花源里，等待着欢送新娘。

然而所有人都惊呆了，村头的苦株树上全部缠满了红布条，穿着鲜艳婚服的凤儿静静地躺在树下，眼睛轻轻地闭着，脸带着笑容，她永远地睡过去了。

当人们正惊讶地看着这一幕时，苦株树的红布条忽地腾空而起，冲向天空。

从那一天起，桃花源里的苦株树多了一个传说：无论男女，只要将写有自己愿望的红布条挂在树上，虔诚地祈祷，他们的愿望就会实现。

久而久之，人们来到这棵苦株树下，会把预先准备好的红布条抛挂在树上，祈福许愿，后来形成了一种习俗。

每年苦株花开时，到桃花源旅游的有心人总要到这株许愿树下抛彩许愿，亲手挂上红布条，以期愿望成真。

7. 桃花井：此井位于杨梅园的东面，400多年历史。



相传：南昌太首章士鸿于明末于此新建桃花园，园内册坡处有一桃花庵，东北角有一桃花井。

一日，有一年青的尼姑提桶到桃花井担水，当其在水井中提水时看到自己水中倒影是阿娜多姿、楚楚动人，于是年青的尼姑抛掉水桶跑下山去了；过了许久庵里年长的尼姑见年的尼姑没有回来，就到桃花井去找年青的尼姑，在井边其只见水桶不见小尼姑，当她在井中寻找时，看自己井中倒影同样是楚楚动人，美丽漂亮时也抛掉水桶跑下山去了。

由于桃花源丰衣足食，井水甘甜沁人，把庵里的尼姑养到白白净净的，不久桃花庵里人去庵空，留下的只是历史遗迹和现存文物“桃花井”了。

## (二) 农业知识展览馆

农业知识展览馆位于娱乐中心西房，面积200平方米。

主要分为三个部分：1、传统农业知识部分，2、现代农业知识部分，3、昆虫标本展示部分。

通过本展览，让游客了解我国农业生产发展的历史与现状，了解农作物的栽培技术、管理水平、病虫害防治要求、食品生产与安全等，让游客在游乐中增长农业科技知识。

## (三) 农业工具展示区

农业工具展示位于活动中心广场北面，面积300平方米。

用木架草棚搭建，建筑风格原始古朴，充分体现本地农家草屋的特点，四周开放，草房中心砖砌高为30cm，长方形的展示台，存放各类传统农具、生活用具等。

## 第三小组

农家乐——仙境桃源度假村 公司的组织架构(创业的具体分工):

创业日期: 二零一三年十月 创业资金: 二百万元人民币

## 目录

### 一. 项目背景(市场部)

#### 一) 市场环境分析

##### 1. 宏观环境分析

农家乐是新兴的旅游形式, 农家乐的发展, 对促进农村旅游、调整产业结构、建设区域经济、加快农业市场化进程产生了良好的经济效益, 得到了社会各界的大力支持。

政府部门为进一步落实“三农”政策, 也加大了对农家乐旅游的政策与财政扶持。

##### 2. 微观环境分析

成本收益方面, 利用当地或自身农产品进行加工, 满足客人的需要, 成本较低, 主要付出劳动力, 属于服务业, 提供美丽的自然或田园风光, 直接成本就只有食物和广告宣传, 间接成本包括劳动, 环境的提供。

生产者方面, 自身投资不会过大, 融资渠道较多。

管理方面较当地来说有一定优势, 通过自身产供销一条龙产业链, 能够提供高质量的服务, 并且综合效益较好。

消费者方面, 向往自然的田园的生活, 追求多样的娱乐活动, 集体活动。

在丰富多彩的行驶中能够获得较大的期望满足。

## 二)stp分析

### 1. 市场定位

我们农家乐主要面向现代都市人群推出的一种体验式旅游项目。

它使人们乐在幽静的山水、迷人的田园风光、朴实的农家装饰、舒适的休闲娱乐、文明的接待氛围，使人感受自然、回归自然、获得一种心旷神怡美好感受。

### 2. 市场细分

#### (1) 休闲旅游消费群体

繁重的生活压力，使得人们越来越不堪忍受都市的喧嚣，而长假旅行的机会有限，当周末自驾车游成为一种时尚时，人们开始考虑怎样最有效地利用好闲暇时间以增强生活的色彩感。

所以，一部分都市人便有了去农家乐游玩的想法。

#### (2) 体验消费群体

“农家乐”，一种新兴的旅游休闲形式，这种时尚的休闲方式使更多的“现代都市人”得以投身山林田园，尽情感受真山真水，一家几口或约上好朋友，一起“干农家活，吃农家饭，做农家人”，这样的体验实在是惬意至极。

### 3. 目标市场

选择广州和佛山的游客，是因为离我们的农家乐近，车程大

概只要一到两个小时，出行方便。

因此，双休日或者一些假期的时间，这里就成为短途旅游的好地方。

而且双休日短途农家乐市场非常广阔，具有很大的开发空间。

重点开发佛山和广州市内的学生群体、家庭和公司员工，以及周边的有车一族，同时兼顾旅行社的组团和散客。

#### 4. 市场调查

与当地的村民进行沟通

1、定期收集他们对本店建议和意见

2、向他们介绍我们的农家乐，吸进客源；

对其他的同行进行调查

1、调查他们好的经营方法

2、调查他们有什么新的菜式和大型活动 5. 进货渠道：

到周边的村落向当地的农民，养殖户收购；

1、到附近的批发市场进行采购； 2、寻找长期的供应商；

3、到一些大型的批发市场进行采购(例如：佛山市的环球市场) 4、在本店的农场里直接提供。

市场部组织架构如下市场部部长 一名市场调查员 一名 司机 两名

#### 二. 市场营销(组织策划部)

## 一) 项目介绍

2. 在佛山西樵镇有一座四面环水的岛屿叫平沙岛，小火轮是岛民与外面世

# 农家乐项目策划书产品概述篇五

## 1、背景介绍

由于受到经济危机的影响，全国小型农家乐的生意出现了很大的反弹，比较去年的生意，可以说是雪上加霜，今年以来受到经营风暴刺激，很多的地方已经关门了，大型农家乐好像没有多大的影响，可是随着市场范围的缩小，竞争越来越激烈，要想在众多竞争者中脱颖而出，经营者就要在传统的经营模式中注入新的元素，比如把现在流行网上虚拟农牧场现实化，让人们更真实的感受到种菜的乐趣。

## 2、开发目的

文化是旅游的灵魂，通过对网络农牧场这一新文化热点的挖掘，满足人们迫切希望回归大自然愿望，正确的引导人们在健康的环境中体验农家生活。真正的把文化特色融入到农家乐旅游中去，将零星分散的热点文化和景点串联起来，形成旅游项目群，形成供游客可参与的旅游产品，留住游客，从而增加市场份额，赢得更多的顾客同时，科学合理适度地开发利用资源，使当地的社会经济生态环境健康协调发展。

## 3、可能成功的因素

“农家乐”旅游作为一项新的旅游项目，已成为世界潮流农家乐发展起来后，带来的不仅仅是消费收入，还有产品信息、项目信息和市场信息，为当地经济的发展提供了契机。农家乐成为农民了解市场的“窗口”，成为城市与乡村互动的桥

梁。各地游客为农村带来了新思想、新观念，使农民及时了解到市场信息，生产经营与市场需求相接轨。我们的优势在于：首先，我们最大的特色在于将虚拟的网络农场和牧场移到现实中，人们可以真实的感受摘菜的乐趣；其次，休闲活动的丰富多彩，包括篝火晚会、拔河、会议、餐饮、住宿、打球、垂钓、棋牌、烧烤、ktv、影视等；最后，我们休闲娱乐环境优雅舒适，饮食卫生安全，消费合理，价格实惠，多种经营渠道相结合，好的服务才能赢得更多的回头客。

## 1、返璞归真农庄新项目的市场分析

### 1.1 农家乐的市场潜力

农家乐是新兴的旅游休闲形式，是农民向城市现代人提供的一种回归自然从而获得放松身心、愉悦精神的休闲旅游方式。一般来说，农家乐的业主利用当地的农产品进行加工，满足客人的需要，成本较低，因此消费就不高了。而且农家乐周围一般都是美丽的自然或田园风光，可以舒缓现代人的紧崩的思绪，因此受到很多城市年轻人的热烈欢迎。

### 1.2、农家乐的消费群体市场

调查显示，收入在2000-5000之间的群体有将近60%的人对农家乐有兴趣，30%的人很有兴趣，收入在5000-7000之间的群体有40%的人对农家乐有兴趣，超过50%的人对于农家乐很有兴趣，收入在7000-10000之间的群体也有40%的人对农家乐有兴趣，40%的人很感兴趣，随着收入的提高，对农家乐的态度逐渐转低。分析得出，农家乐的消费模式符合低中层次收入人群的消费习惯，高收入群体更喜欢高雅奢侈的消费方式，由于目前我国以中低收入群体为主，由此推断，农家乐存在巨大的市场。

### 1.3 新项目的市场

网络农场游戏自推出以来就受到了众多网友的青睐，纷纷加入其中。该游戏以极快的速度“席卷”全国，网民们在玩游戏的同时身心也得到了放松。但网络农场游戏毕竟属于虚拟世界，网民们只能通过点击鼠标参与其中，从中感受到快乐，于是我们想着将游戏搬进现实生活。对于它是否具有现实化的可能性，城市人对于以农家生活来释放压力的方式很有好感，这对于我们推广农家乐的新项目来说，新的农家乐模式肯定会受到大家的欢迎。调查结果显示消费者对于开心农场现实运作的态度，很直观的可以看出，超过60%的人对此持积极态度，这说明新的农家乐模式有很强的生存能力。

## 1.4新项目的优势

根据消费者对新项目的优势调查显示，新模式自主性强，参与性高，以及新模式有助于联络感情这两个成为了消费者认为的最大优势，这两个优势带动农家乐的新型模式，通过现代化的管理和有效的营销方式，新的农家乐模式将会获得成功。

## 2. 农家乐的消费者分析

### 2.1总体消费态势

农家乐作为休闲农业和乡村旅游的典型代表，正日益受到城市游客的青睐。在当今经济高速发展的时代，便捷休闲的农家乐成为了时下风行的旅游方式和习惯，农家乐融合餐饮、住宿、休闲、体验参与等各种休闲元素，吸引着不同层次的消费者。近年来，随着农家乐经营方式的逐步创新，产业的规模效应逐渐显现，市场需求促使其产业链向下游和上游延伸，农家乐消费呈现出逐步扩大的态势。

### 2.2消费者分析

#### 2.2.1农家乐旅游更受女性的青睐

本次调查结果显示，31%的女性很喜欢农家乐的出游方式，相应的男性这一比例只有22%，60%的女性对农家乐有兴趣，男性只有51%对农家乐有兴趣，由此说明，农家乐这种出游方式更受女性青睐，因为农家乐符合女性的出游习惯，简单、便捷却又能体验生活，相对来说男性更喜欢出游到更远和更冒险的地方。

### 2.2.2 农家乐旅游受年轻人和老年人的喜爱

调查显示，在18岁以下的年轻人中有超过67%的人对农家乐有兴趣，在18-25岁之间的年轻人中这一比例达到87%，而在45岁以上的老年人中这一比例高达94%，相对于年轻人和老年人的态度，中年人对农家乐感兴趣的比刚过60%，分析得出，这是因为年轻人喜欢农家乐的气氛和体验项目，而老年人则热衷于运动量较少的出游方式。

### 2.2.3 农家乐更受工作压力大的群体的欢迎

调查显示，在所列举的职业中，医护人员、技术人员、等工作压力大的职业群体更喜欢农家乐的出游方式，因为在没有长假的情况下，对于工作压力较大的职业群体来说，便捷而又可以参与体验项目的农家乐就成了其最好的出游方式。

#### 2.2.4.1 负担小的家庭更喜欢农家乐的出游方式

调查显示，未婚的人群中，对农家乐感兴趣的比有93%，在已婚无小孩的家庭中对农家乐感兴趣的比有92%，而相反，已婚有小孩的家庭中就有36%的人不感兴趣。分析得出，未婚人群和已婚无小孩群体家庭负担小，更喜欢农家乐的出游方式。

#### 2.2.4.2 规划设计科学性合理性原则的缺失

#### 3.2.4.3 农家乐旅游项目建设施工混乱无序



### 3.2.4.4农家乐保护与管理的缺位

#### 4、出路和对策

##### 4.1规范政府的主体行为，走节约高效可持续发展之路