

研发项目项目计划书(通用5篇)

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。大家想知道怎样才能写一篇比较优质的计划吗？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

研发项目项目计划书篇一

项目建议书，又称项目立项报告，按新的投资体制改革相关政策，项目建议书主要是国有企业或政府投资项目单位向发改委申报的项目申请。项目建议书批准后，可以着手成立相关项目法人。民营企业（私人投资）项目一般不再需要编写项目建议书，只有在土地一级开发等少数领域，由于行政审批机关习惯沿袭老的审批模式，有时还要求项目方编写项目建议书。外资项目，目前主要采用核准方式，项目方委托有资格的机构编写项目申请报告即可。

《研发项目建议书》是为研发项目建设筹建单位或研发项目法人，根据国民经济的发展、国家和地方中长期规划、产业政策、生产力布局、国内外市场、所在地的内外部条件，提出的具体项目的建议文件，是专门对拟建研发项目提出的框架性的总体设想。该报告的核心价值是：

——作为研发项目拟建主体上报审批部门审批决策的依据；

——作为研发项目批复后编制项目可行性研究报告的依据；

——作为研发项目的投资设想变为现实的投资建议的依据；

——作为研发项目发展周期初始阶段基本情况汇总的依据；

《研发项目建议书》主要从宏观上论述项目设立的必要性和可能性，从项目的市场和销售、规模、选址、物料供应、工

艺、组织和定员、投资、效益、风险等进行深入阐述，消除决策主体项目选择的盲目性，着力阐述项目的规划设想，极力突显项目的社会效益和经济效益，达到立项报批的目的。

研发项目项目计划书篇二

1.1 创意背景

宏观背景：

(1) 中国农副产品的外贸出口经常受阻，虽然部分原因是进口国家的贸易壁

垒，但我们自身的问题也不可忽视，所以，提高农副产品质量，会对外贸交易产生积极影响。

(2) 其他国家的绿色有机食品所占其国家食品市场比重比较大，如德国在99

年便已达到40%，美国24%，日本30%，而中国当时还不足1%，显然差距很大。中国人民所消费的绿色有机食品量无论是绝对量上还是比例上，都稍有差距，而且主要原因是市场供给有限，有求无供。为了满足人们的消费需求，提高人们健康水平，改善生活质量，提高全民身体素质。

(3) 奥运会筹办期间，食品质量卫生问题也成为一些别有用心的人为

奥运添堵的借口。虽然其居心不轨，但也提醒了我们食品卫生质量的重要性。提高食品质量卫生，增强营养健康服务意识，不是为了迎合某些国家、某些人的要求，而是为了中国人民的健康。

微观背景：

随着人们收入的不断增加、生活水平的普遍提高，对生活质量的要求也日益凸显。而作为关乎每个人的生命、健康安全食品卫生、质量无疑更被人们所重视。众所周知，因食品中农药残留所导致的疾病不断增加，有越来越多的病人是因食品质量问题而备受痛苦，因此，各种农副产品作为我们每个人日常生活都离不开的必需品，在卫生质量、营养搭配方面的要求必然越来越高，问卷调查第8题统计结果中，有97.5%的人们注重食品的营养即说明这种趋势。（见附录3）然而，就目前国内市场上的各种农产品市场情况来看，为广大消费者提供服务的，大部分是农副产品市场（问卷调查第4题结果显示69.3%的被调者在传统农贸市场购买日常食品），而其中都是多个商贩分散经营，但问卷结果却反应出共计89.2%的人们不信任或不确定农贸市场产品质量，这说明了产品和服务的质量不能满足人们的更高需求。

这样一来，很多对农副产品卫生质量及服务质量有较高要求的消费者就很难得到满足。虽然有些超市也提供一些种类的农副产品，但调查显示70.4%的人们对这类超市质量、卫生、服务等不满意（问卷问题9），而且它们没有产品营养方面的配套服务。然而，问卷问题12显示87.4%的人们欢迎营养搭配咨询服务。我们的创业创意正是基于现有农副产品市场产品鱼龙混杂，质量不一，人们又对健康营养的日益重视，而相应的市场服务一片空缺这一形势的。

1.2 产品及服务介绍

我们的项目是创立一家专门经营农副产品的公司（绿康公司），公司直接面对消费者，采取的经营方式类似于超市与专卖店的综合，专门经营各种农副产品，且独家经营，比超市更专一化、专业化。所销售产品均经过国家食品卫生检验机关检验合格，农药残留量均符合或高于国家标准；在产品卫生及外在包装等方面做出更大改进，提高产品品味；自设质量检验部门和营养成分测定小组，不但对产品质量严密把关，而且还测定各种产品中的营养成分比例，为消费者提供

营养搭配建议，同时增加有关食品营养学的相关知识，结合日益被重视的食补相关理念，发展、完善自身优势。通过一系列的优质服务、各种优质农副产品的供应，在营销、经营过程中树立公司的良好信誉形象，以此求得生存机会，进而进行进一步的发展扩张。该项目主要以提供更优质的产品、更全面的服务来满足消费者的高要求，提升农副产品的附加值，以此提高盈利空间。

产品服务特性——绿康公司既重视自身产品，又注重服务，实现“优质产品+专业服务”相结合的经营理念。在同行业内，逐步提高产品质量，增设独特服务，提高市场竞争力。

优质产品方面：

公司的农副产品将严把质量关，初期，原材料将以采购形式为主，在对原料产地进行综合选择的基础上，既要和生产者进行信誉调查了解，又要对产品质量进行严格检查。已采购的质量合格的原材料还要经过卫生清理、营养成分测定，在产品包装或销售架上注明各种商品营养成分含量，以供消费者结合需求合理选购。

专业服务方面：

公司设有专门的营养健康知识研究及咨询部门，在研究测定产品营养成分的基础上，结合营养学知识，为顾客提供营养知识咨询服务，同时为消费者提供合理的购物参考意见。对于长期购买量较大客户，公司将建立专门档案，在其饮食方面提供更多更深入的营养搭配建议，以及其他相关的营养健康知识。具体服务如下：

(1) 营养咨询：聘请营养师为顾客在饮食生活方面的营养搭配咨询提供服务。同时为前来购物的顾客提供基于营养搭配的购物建议。

(2) 特殊人群饮食指导：为特殊人群如病人等提供饮食方面的指导。

(3) 食物营养研究：为相关单位或个人等研究农副产品的营养搭配等服务。

(4) 生活保健指导：为会员顾客提供全方面的生活保健指导。

这些免费服务项目的推出是绿康的特色经营点之一，是为了顾客全面的营养饮食、营养生活而推出的特色服务。

1.3 竞争优势及问题

1.3.1 竞争优势

(1) 有利于改善民生：现阶段，农业人口占我国总人口的比例很大，农民生活水平的提高很大程度上依赖于农副产品的收入，提高农副产品的附加值，是增加农民收入的很好的途径；同时，政府对农业的重视在一定程度上将为公司的发展提供一定的有利条件。(2) 满足人们营养健康方面不断提高的要求，清洁卫生、高质量、合理搭配营养的农副产品能够较大程度改善人们身体将康状况，减少因食品问题而导致的疾病。同时，合理的饮食搭配将更有利于消费者整个家庭的幸福。(3) 国际上农产品价格普遍较高，而且也更重视产品质量、营养等多种指标，对产品需求有较高要求。相比之下，我国虽地域广阔，但是农副产品的价格确实不高，附加值比重太小，仍有很大的利润空间有待提升。随着经济发展，人们生活质量要求的日益提高，必然对这一行业的发展起到很大的促进作用。(4) 提供的饮食搭配、营养结构等附加服务，一方面可以吸引消费者，另一方面也能够更大幅度增加产品的附加值。

1.3.2 问题

1.4 市场定位

我们公司的产品初期把目标消费者定位在中高档收入阶层。在国内，鉴于目前不同收入阶层人们对饮食卫生、健康、营养搭配方面的重视程度不同，以及经济水平的制约，将以80%的力量投入在该群体，以期在初期能迅速打开市场，同时，以约20%的宣传力度，逐步向低收入水平群体渗透健康观念，引起大众对食品质量的重视，以发展潜在消费群体。中高收入人群基本的生活问题已解决，（1）质量监测要求有一定技术水平，要严格把关；营养成分分析要聘请有丰富经验并且权威的营养师，做好市场宣传工作。（2）新建公司要树立自己的信誉形象需要付出较大努力，对公司的经营管理能力是一个较大考验。（3）初期公司选址、技术人员聘请、市场宣传等工作的投入会比较大。（4）开拓一个新领域，开创一种新的经营模式，既要有系统的经营理念又要很好的向其他经营模式学习，借鉴丰富管理经验，要求管理者有在实战中学习、在学习中快速成长的良好素质。更重视休闲健康，开始追求更高生活质量，食品卫生、无害、营养丰富等高品质对身体健康影响较大，对该人群有较大吸引力。

基于产品的市场定位，公司将把以北京为首的大中城市作为主要目标市场。大中城市既有较大的市场规模又有许多成功企业成熟的经营模式和管理经验，一方面可以使自身有更大的发展空间，另一方面又可以参考、借鉴先进企业的经验，在实战中不断积累经验、不断学习，这样更有利于自身的发展壮大。

1.5 团队概述

创业初期我们主要筹划、执行人员主要有三个：市场营销专业人员，财务专业人员，信息管理专业人员。后期将根据专业需求、技术问题、资金政策等具体情况，吸纳其他人员加入。

对于各方面工作明确个人分工。在重大决策方面，主要以表决方式确定最终方案；在涉及到相关专业知识方面的工作时，根据资深的专业人员提出的建议为主体，各自从自身角度出发，对方案提出问题或建议，进而快速对工作方案进行调整或补充完善。这种工作方法、决策方式在创业初期既高效又可以使决策更合理，不至于发生太大偏离。

这一团队合作模式只是在初期采用，当公司各部门筹划、建设完成后即进行改革，采取正规科学的管理体制和组织架构。

1.6 财务概况

公司根据不同发展阶段采取不同财务政策。

公司成立初期，以有限责任公司的形式注册成立，注册资本500万元。其中以风险投资者出资为主，占公司股份的60%，其余为自身出资。经过2——3年的发展积累，当公司具备一定实力，到了发展中期准备进一步扩张时，为了增强公司的融资能力，公司将根据具体情况，改变公司形式，转变为股份有限公司，从而进行更大规模的融资，用于强化企业竞争优势，并适当地扩大公司规模。在此阶段计划再融资500万元。到发展成熟阶段以后，将依据公司具体情况，制定相应的财务政策。

2. 项目创新点概述

2.1 产品创新

在产品为绿色有机食品的基础上，公司还对其营养成分进行测定，并制定相应的标准。通过产品营养成分的测定和介绍说明，为消费者提供更科学的营养搭配选择，从而增加了产品的附加值。

2.2 经营管理

特色服务，为消费者提供营养健康知识咨询服务，针对特殊顾客的身体及健康状况提出一些合理化建议。

2.3 社会责任（国计民生）

绿康公司把自身的经营理念 and 长期发展与国家的发展、人民生活质量的提高紧密联系起来。首先，公司经营的绿色有机农副产品，在提高产品质量的基础上，增加了产品的附加值，从而提高了农民的劳动收入，有利于促进农业的发展，改善农民的生活水平。其次，产品质量的提高，农药残留量的降低，营养知识的普及，将在长期内提高人们的身体健康水平。特别是对于处于生长发育期的儿童和青少年，以及一些病人、老人等一些特殊人群的健康影响较大。另一方面，随着公司规模的发展壮大，将为社会提供越来越多的就业岗位，不仅如此，公司与员工建立的平等良好的关系，决定了公司在自身发展的同时，必然会致力于提高员工的福利待遇，改善职工生活、工作条件，发展建立新型劳资关系。

3. 市场分析

3.1 国内国际法律及规定

食品的农药残留量标准要求越来越高，特别是农副产品对农药残留量的要求，比如：目前，我国已制定了79种农药在32种（类）农副产品中197项农药最高残留限量[mrl]的`国家标准。

国际绿色消费的法律环境，在绿色消费浪潮兴起的今天，一些国际组织和国家的政府都作出了比较强烈的反应，并形成了有利于绿色消费蓬勃发展的法律环境。据了解，国际上已签署的与环境和资源保护有关的法律、公约、协定或协议已多达180多项。国际标准化组织制定的iso9000[即国际贸易商品在技术、安全、卫生、环保等方面的质量保证体系]系列标准和1995年4月起实施的iso8000[即国际环境标准制度]等协约、协议还明文限制或禁止很多产品的国际贸易。在乌拉

圭回合贸易谈判签署的最后文件中，不仅把制成品而且把农产品也纳入了世界贸易组织体系，给农产品打上了明显的“绿色”标记。从1977年德国率先制定“蓝色天使”计划开始，到目前为止，已有90多个国家和地区的政府正式推出了环境标志制度。

国际上对食品质量的要求也是越来越高，特别是欧盟、日本、美国、德国等比较发达的国家和地区。在一再提高的国际食品卫生质量标准下，我国的产品出口等贸易方面也受到了一定程度的打击。因此，提高产品质量标准是必然趋势。

3.2 市场环境和竞争对手分析

3.2.1 市场环境分析

目前，我国农副产品的销售方式以农贸市场为主，散户零售，没有产品提高质量和服务水平的动力；其他一些水果蔬菜店都是小规模的经营，而且是一般的销售商，产品相关服务少之又少，甚至没有；部分超市有水果、蔬菜、米等产品，但是都是作为一种兼营的产品，没有比较专门的服务，而且在产品质量及外观方面均没有做额外的加工处理。因此，就国内农副产品销售市场的总体情况来看，做农副产品专业化方面的经营有一定的市场条件，具备自己的竞争优势——食品营养搭配方面的专业知识介绍服务、以公司信誉形象对产品品质向消费者负责、种类更齐全的产品组合。

以上所列示的各种农副产品的销售方，在未来进入市场时，都是潜在的竞争者，针对竞争对手的不同优势，要采取不同的竞争策略。市场竞争必然是残酷的，不过面对如此大的消费群体，市场这块蛋糕可以有不同的分割方法。我们产品针对的消费者主要是中高等收入家庭，属于更高享受层次的健康营养需求，目标消费者是中上层社会人群；而普通农贸市场的主要消费者将是较低收入的普通家庭，市场定位存在一定差异，虽然竞争是不可避免的，不过市场定位的差异化一

定程度上缓解了初期进入市场的外部压力，有利于公司在学习过程中快速成长起来；对于超市，农副产品的经营只是其兼营的小份额商品，利润相对于其他产品也相对较低，超市并不会把农副产品的销售作为主要利润来源，而更多的是以产品的全面性、服务的多样化来吸引消费者，并促进其他产品的销售，所以，对超市，虽然初期会对其产生冲击，但不会对其利润额产生较大影响，到发展阶段，可以根据超市经营农副产品的目的而制定不同的竞争策略，以联盟和竞争相结合为核心方式解决互相之间的问题。当有足够的影响力和实力以后，就可以以发挥自己的优势为主要竞争手段，通过明显优势的展现，吸引消费群体，争取更多层次的消费者，扩大市场范围，争取更大的市场份额。

3.2.2与竞争对手对比分析

(1) 竞争分析：目前北京市场上蔬菜、水果等食品类超市逐渐兴起，但是专门从事经营有机食品、绿色食品、无公害食品的却是屈指可数，其中做得比较好的是北京生态园商业连锁有限公司。

(2) 各自的竞争优势比较

长远集团公司

公司简介：长远集团，创建于，现已成为集绿色食品研究、种植、养殖、生产、加工、销售、零售连锁、生态农业观光旅游等为一体的集团化、立体型综合企业。集团公司现辖新乡市长远绿色食品有限公司、新乡市好面道食品有限公司、河南生态园商业连锁有限公司、北京生态源商业连锁有限公司、长远营销公司、长远生态农业观光园、北京后稷生态农业经济技术研究所等公司。为满足消费者对安全健康食品的需求，长远人不断创造绿色食品领域新高，先后开发了长远面、野菜物语、好面道、鲜面道、凉面道、好米下锅、野生园、野菜园、野果园共九大品牌系列，产品有：蔬菜挂面、

营养拉面、保鲜面、面粉、速冻食品、大米、瓜果蔬菜、五谷杂粮、肉、禽、蛋等共100多个品种，悉数通过绿色食品认证和qs食品安全市场准入，公司的专利产品“蔬菜保鲜面系列”被列入“国家星火计划项目”，并被授予“免检产品”、“卫生安全食品”。为了让健康安全绿色食品更加贴近消费者，集团公司又与中国绿色食品协会、英国协同投资公司共同组建生态园连锁超市，解决了人们的厨房食品安全问题，目前已在北京、郑州、新乡等地成功运营，并成为中国绿色食品发展中心指定的绿色食品专营超市；生态农业观光园也逐步成为集团发展中强劲的生力军，势将成为农业观光旅游的新亮点环保无污染的生产基地为。生态园超市由中国绿色食品协会北京市商务局联手推出，是由中国绿色食品发展中心和绿色食品协会指定的绿色食品专营店，其全是从十余家著名11绿色食品企业直接进货，另外该超市在河南新乡建立有25万亩的绿色基地。

长远公司优势

1. 集团规模较大，人力资源丰富、资金实力雄厚。2. 有经营绿色食品的经验。绿康公司优势1. 初期建立，规模较小，经营方式灵活，机动性强。2. 以绿色农副产品为主，更专一。3. 产业链完整，兼营上下游产业，成本较低，3. 不建立整套产业链，成本12规模效益优势明显。低，规模小利于管理，利润率较高。4. 产品种类齐全，且大部分为经过深加工的产品，产品附加值较高。4. 初期以初级农副产品为主，产品为日常必需的传统商品，更易于被接受。5. 通过绿色食品认证和qs食品安全市场准入，公司的专利产品“蔬菜保鲜面系列”被列入“国家星火计划项目”，并被授予“免检产品”、“卫生安全食品”。5. 产品均来源于经过绿色食品认证的绿色食品生产基地，此外，还要经过绿康公司自设检验部门的检验，这样为消费者把好了产品的质量关，保证了消费者的健康安全。6. 绿色食品专营超市；生态农业观光园也逐步成为强劲的生力军；生态园超市由中国绿色食品协会北京市商务局联手推出，是由中国绿色食品发展中心和绿色

色食品协会指定的绿色食品专营店。6. 农副产品来源于绿色食品生产基地，此外，还经过质量检验；营养成分鉴定；卫生状况保证等多重保障，不但为消费者的把好了产品质量关，还消费者消费者宣传了食品营养知识，切实关心消费者及其家人的身体健康。更有利于与消费者建立良好关系。

各自不足方面比较

长远公司不足

1. 长远集团在规模上有优势，但其经营范围较广泛，多元化经营使其不能在某一方面更深入发挥自己的竞争优势。

绿康公司不足

1. 企业初创，资金实力及影响力较小。

2. 公司产品的优势主要在一些食品认证方面，强调的是无毒无害，不会危害，但是没有强调营养方面的重要性。

3. 产品种类较多，没有主打品牌，或核心竞争力不够明显。

建议性的指导，为他们提供食品营养成分的说明、营养饮食搭配的方案等。

3.3 市场容量与趋势

(1) 目前，国内绿色、有机食品数量较少，且低级加工食品占较大比例，未加工的初级农副产品市场供应量很少，即使在国内较大城市市场上也很难买到。如在北京，虽然有部分绿色有机食品公司（龙绿、润泽等），但其主要针对批发商，没有一个直接面向消费者的销售终端，这样，既不利于产品销售，更不利于公司品牌宣传和信誉形象的树立。

3.4 市场形势

3.4.1国内国际趋势

由于污染不断加重、自然环境的不断恶化，人们的健康受到来自各方面的越来越多的威胁，工作压力的增大造成的等原因，使人们的身体健康状况越来越难以保障，与之同时增长的经济收入和不断提高的生活水平使人们又愈加重视生命健康，消费的重点不断在向休闲、娱乐、营养、保健等等更高的需求层次转变。这一点从英国、德国、瑞士以及欧洲等社会经济发展较成熟的国家人们的消费倾向中发现这一趋势。

3.4.2消费人群分析

随着身体健康，营养保健日益为人们，特别是收入水平较高的家庭所重视。食品的卫生、质量、营养对儿童的生长发育有很重要的影响，备受家长的关注；病人、身体状况较差的人们更是对影响健康状况的各个方面有诸多考察；老年人生活清闲，更加珍惜生活、关爱生命，也受到子女的多方关心照料，对饮食等关键环节都比较敏感；白领阶层，收入来源稳定，随生活节奏的加快，工作压力的加大，身体健康受到来自很多方面的威胁，对于具有较高知识水平的这一部分群体，保健是一个必然的发展方向。现在，这些群体是社会的主体，而且将来还将进一步扩大。

但是，很多有关食品卫生、营养方面的需求却不能很好得到满足，因为还没有一个市场能够满足人们的这一需求，这就出现了“欲购无门”的现象，是市场上的一条缝隙。针对人们对高质量食品的这一要求，我们公司所提供的卫生、农药残留量符合标准、营养搭配合理的产品及高质量服务必然受到消费者的青睐。

3.5市场策略

3.5.1目标市场顾客的描述与分析：

(1) 目标顾客：中高等收入家庭，特别是其家庭成员中的妇女。

(2) 目标顾客分析：随着人们生活水平的提高，人们对于饮食也有了更高的要求，不再仅仅停留在解决温饱问题的基础之上，人们开始选择更加健康的食品，但是由于绿色食品价格比一般食品昂贵，所以并不是所有人群都有能力选择消费绿色、天然、无污染类食品的。中高等收入家庭由于经济能力比较强，物质消费水平比较高，所以他们对蔬菜、水果等饮食质量有更高的要求，有欲望并有能力购买这样的消费食品。而家庭饮食的消费支出主要是由家庭主妇掌握，所以家庭主妇对我们来说主要的目标顾客。

3.5.2 市场容量和趋势的分析、预测：

(1) 市场容量：北京市全国的政治、经济文化中心，其人口受教育程度普遍偏高，全市常住人口总数为1581.0万，6周岁及6周岁以上人口中，接受大学(指大专以上)教育的232.8万人，占17.5%；接受高中(含中专、职高等)教育的319.9万人，占24.1%；接受初中教育的475.3万人，占35.8%；接受小学教育的234.3万人，占17.7%(以上各种受教育程度的人包括各类学校的毕业生、肄业生和在校生)。

主要目标消费者定位：高中等教育

正是由于这样的高素质人口，其消费水平、消费观念都普遍偏高，对饮食方面的要求当然也相当的高。而有机食品、绿色食品、无公害食品这些高质量蔬菜、水果类食品与普通食品相比较具有明显的健康方面的优势，也正符合高素质人口所要求的高质量、高品位消费的心理和条件，所以北京市绿色食品超市市场容量是相当充裕的。

(2) 市场趋势：有机食品、绿色食品、无公害食品是城市居民未来消费的必然趋势。

针对这样的趋势预测，我们特意设计了一份调查问卷，对居民进行调查。其中，三种类型的食品有不同的卫生及质量标准要求，按标准的要求水平分析，三者呈金字塔型。

研发项目项目计划书篇三

1、项目名称□xx农副产品加工产业园建设项目

2、项目（投资）单位□xxxx机械有限公司

3、法定代表人□xx

4、建设性质：新建

二、项目建设内容与规模

为了进一步提高企业的生产工艺技术水平，实现企业的技术升级，提高市场竞争力，同时推动mc乃至bc地区农副产品加工产业的发展，促进地区产业结构调整，扩大出口创汇规模，为地方经济建设和社会发展做出贡献，并实现企业发展战略，项目单位经过认真考察和科学论证，计划在mc县投资建设aabb农副产品加工产业园建设项目。项目具体建设内容包括：

1、本项目规划占地333330平方米（合500亩）；

2、项目总建筑面积250000平方米，其中：建设标准厂房160000平方米，仓库40000平方米，综合办公室10000平方米，展示中心8000平方米，研发中心6000平方米，职工生活用房（包括宿舍、食堂）2平方米，其他辅助用房4000平方米。

3、项目配套建设道路、停车场、围墙、绿化、环保设施、供配电、给排水、消防等公用辅助工程。购置先进的相关配套设备和环境保护设备等。

项目建成后，产业园将建设小麦营养强化精粉生产线4条、营养挂面生产线2条、玉米淀粉生产线2条，将成为mc农副产品加工业基地，年可实现销售收入14亿元，并可带动约1200人的就业问题。

三、项目建设的意义及必要性

1、发展农产品加工业，实现农业产业化经营，是促进农业和农村经济结构战略性调整的重要途径，具有十分重要的意义。

发展农产品加工业，可以促进优化农产品区域布局和优势农产品生产基地的建设，延长农业产业链条，提高农产品的综合利用、转化增值水平，有利于提高农业综合效益和增加农民收入；通过扩大农产品深加工，提高产品档次和质量，促进农产品出口，有利于提高我国农业的国际竞争力；通过发展农产品加工业，以农业产业化经营为基本途径，吸纳农村富余劳动力就业，提高技术装备能力和水平，有利于推进农业现代化。

2、项目建设为农民提供了发财之路，富农之道。

如今，全国都在重视农民增收、农业增效的问题，而农产品加工无疑是一项促进农民增收的重要模式。mc县是农业大县，当地农民有着多年种植小麦的传统并掌握了相应的种植技术，当地小麦种植面积大，产量高，当地政府积极鼓励和带动广大农民进行优质小麦的种植，已成为当地农民增收的一项重要途径。一方面通过本项目的建设使项目单位逐渐成为全省知名的龙头企业。另一方面项目建设可带动当地农民种植大量的优质小麦，该推广高产、高效小麦优质产值的种植。当地群众通过订单销售的方式就近卖给公司，公司按高于市场价的5—7%的售价统一收购，避免了种植户卖粮难的问题，减少了农民的种植风险，保障农民可以稳定增收，提高农民种植优质小麦的积极性。据测算可使每户农民增收150元左右，带领农户致富奔小康，是当地广大农民致富奔小康的桥梁，

既可产生可观的经济效益，又能产生积极的社会效益。同时，本项目的建社还可以安排大量当地剩余劳动力的就业问题，对当地的经济繁荣和社会稳定具有重要意义。

3、项目建设是培育壮大优势主导产业，促进农业产业化经营，提高农民收入，推动区域经济发展的需要。

农副产品加工正在逐步成为mc县乃至bc市的主导产业。该项目的实施将使项目单位形成“公司+基地+农户”产业化模式，带动当地优质小麦、玉米种植业的发展，带动当地优质农副产品种植业的发展，实现资源整合，推动地方挂面加工产业化的进程，增加财政收入，促进广大农民走上脱贫致富的道路。

建成后，将大大提高安徽良夫面粉集团生产的挂面产品的市场竞争力。项目建设将有效的促进农村产业结构优化，影响和带动全市农民及周边地区小麦种植业的发展，影响和带动玉米种植业的发展，加快种植业商品化、专业化、现代化和产业化的进程，对bc市农村经济发展起到至关重要的推动作用。

5、项目建设是增强服务“三农”、服务社会的能力的需要。为更好的解决三农问题，企业将成立专业的农副产品深加工公司，与农户建立了多种形式的合作机制，切实服务于“三农”。同时企业结合国家的产业发展政策和当地农业产业的现状，通过科学决策，依托企业自身的经济和技术力量，狠抓当地种植基地建设，为农民进行小麦、玉米种植提供科技咨询服务，并提供统一的销售，实行全程的跟踪服务，为农民提供生产资料服务（种子、化肥、农药等）、技术服务（产前、产中、产后等）和信息服务等，促进优质小麦生产，同时，企业在推动农业产业化经营的过程中，按照市场经济发展规律，通过多年的实践，已经摸索出一条较为成功的“龙头带基地”、“公司+农户”种植产业化道路，积累了大量的实践经验，带领了广大农户走上了致富的道路。本项

目建成后，进一步增强龙头企业带动能力，带动农户种植，增强了服务“三农”、服务社会的能力。

研发项目项目计划书篇四

项目名称：*****

评审日期：

1引言

1. 1编写目的

说明编写这份项目开发计划的目的，并指出预期的读者。

1. 2背景

说明：

a□待开发的软件系统的名称；

b□本项目的任务提出者、开发者、用户及实现该软件的计算中心或计算机网络□c□该软件系统同其他系统或其他机构的基本的相互来往关系。

1. 3定义

列出本文件中用到的专门术语的定义和外文首字母组词的原词组。

1. 4参考资料

列出用得着的参考资料，如：

a□本项目的经核准的计划任务书或合同、上级机关的批文；

b□属于本项目的其他已发表的文件；

c□本文件中各处引用的文件、资料，包括所要用到的软件开发标准。列出这些文件资料的标题、文件编号、发表日期和出版单位，说明能够得到这些文件资料的来源。

2项目概述

2. 1工作内容

简要地说明在本项目的开发中须进行的各项主要工作。

2. 2主要参加人员

扼要说明参加本项目开发工作的主要人员的情况，包括他们的技术水平。

2. 3产品

2. 3. 1程序

列出需移交给用户的程序的名称、所用的编程语言及存储程序的媒体形式，并通过引用有关文件，逐项说明其功能和能力。

2. 3. 2文件

列出需移交给用户的每种文件的名称及内容要点。

2. 3. 3服务

列出需向用户提供的各项服务，如培训安装、维护和运行支

持等，应逐项规定开始日期、所提供支持的级别和服务的期限。

2. 3. 4非移交的产品

说明开发集体应向本单位交出但不必向用户移交的产品（文件甚至某些程序）。

2. 4验收标准

对于上述这些应交出的产品和服务，逐项说明或引用资料说明验收标准。

2. 5完成项目的最迟期限

2. 6本计划的批准者和批准日期

3实施计划

3. 1工作任务的分解与人员分工

对于项目开发中需完成的各项工作，从需求分析、设计、实现、测试直到维护，包括文件的编制、审批、打印、分发工作，用户培训工作，软件安装工作等，按层次进行分解，指明每项任务的负责人和参加人员。

3. 2接口人员

说明负责接口工作的人员及他们的职责，包括：

a□负责本项目同用户的接口人员；

c□负责本项目同各分合同负责单位的接口人员等。

3. 3进度

对于需求分析、设计、编码实现、测试、移交、培训和安装等工作，给出每项工作任务的预定开始日期、完成日期及所需资源，规定各项工作任务完成的先后顺序以及表征每项工作任务完成的标志性事件（即所谓“里程碑”）。

3. 4 预算

逐项列出本开发项目所需要的劳务（包括人员的数量和时间）以及经费的预算（包括办公费、差旅费、机时费、资料费、通讯设备和专用设备的租金等）和来源。

3. 5 关键问题

逐项列出能够影响整个项目成败的关键问题、技术难点和风险，指出这些问题对项目的影响。

4 支持条件

说明为支持本项目的开发所需要的各种条件和设施。

4. 1 计算机系统支持

逐项列出开发中和运行时所需的计算机系统支持，包括计算机、外围设备、通讯设备、模拟器、编译（或汇编）程序、操作系统、数据管理程序包、数据存储能力和测试支持能力等，逐项给出有关到货日期、使用时间的要求。

4. 2 需由用户承担的工作

逐项列出需要用户承担的工作和完成期限。包括需由用户提供的条件及提供时间。

4. 3 由外单位提供的条件

逐项列出需要外单位分合同承包者承担的工作和完成的时间，

包括需要由外单位提供的条件和提供的时间。

5 专题计划要点

说明本项目开发中需制订的各个专题计划（如分合同计划、开发人员培训计划、测试计划、安全保密计划、质量保证计划、配置管理计划、用户培训计划、系统安装计划等）的要点。

软件公司软件研发基地建设项目可行性研究报告

目录

第二章项目区域社会经济现状及项目建设的意义与必要性..... 10

研发项目项目计划书篇五

阐述项目所面向的我市经济、社会和科技发展等有效需求，项目的先进性、重要性、必要性、可行性以及在行业发展中的地位和作用；预期实现的经济和社会效益。

阐述项目相关技术的发展趋势、国内外研究开发、产业化状况、我市相关行业与国内外先进水平的差距、以及知识产权、市场需求情况等。

阐述项目涉及的技术领域、工艺范畴，拟解决的关键技术问题，拟采用的技术原理、技术方法、技术路线以及工艺流程，项目的主要技术创新点，涉及的相关知识产权等。

阐述在技术进步、工艺创新方面可实现的预期成果，形成的产业前景，培养的技术人才，以及对解决产业发展问题的预期贡献，须有五年期内的可考核技术指标和社会经济效益指标。

阐述实现预期目标所需的组织管理方式、技术实施步骤、科技资源综合利用、成果产业化策略、研发资金的筹集与投入、知识产权和技术标准的对策措施以及特殊行业的许可报批等。

在项目执行期内，每一阶段应达到的具体目标，包括时间进度指标、技术指标、资金使用计划、产业化情况等。

每一阶段目标应是比较详细的、可进行考核的定性定量描述。

（每半年为一个阶段）

1、依托单位在相关技术领域的已有研发基础、主要研究成果。

2、项目实施具备的支撑条件，包括研发资金、实验平台、大型仪器设备以及重点实验室、工程中心等研究基地在项目中所起的作用等。

3、申请单位近三年承担的国家、省、市相关科技计划项目的完成情况。

4、与其它企业、科研院所、大专院校的合作情况（若有）。

1、研发团队的规模和结构，包括年龄、专业、职称等情况，团队规模要适度。

2、项目核心研发人员情况，包括工作简历、主要学术业绩，近年来主持的各类国家、省、市科技计划项目，与申请项目相关的代表性论文、获得国家、省市科技奖励以及发明专利等。