

渔业养殖规划(汇总8篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

渔业养殖规划篇一

随着国内经济的快速发展,人们生活水平的大幅提高,使得人们对食品卫生安全的要求越来越高.这就要求广大的食品业者提供出更加高品质的绿色食品。可以想到不久的将来生态、环保、绿色、有机将是形容农产品的最好词语。猪肉又是咱中国老百姓餐桌上的主角，有着其他食物所难以替代的位置。在食品市场、食谱搭配上都占有绝对高的地位。以笔者所在的广西来宾市兴宾区2007年猪的养殖为例,当年出栏量就达到60.65万头。而07上半年由于受到猪高热病疫情的影响是猪肉快速涨价的一年，当时不少养殖户都增加了养殖数量，但下半年猪价还是达到了历史高峰。08年初的南方雪灾和四川地震，更是将猪价锁定在了高价位。1。虽然从远来看，以玉米-豆粕-鱼粉型的全价饲料配方养殖将存在一个动物与人争粮问题，人口不断增长，生活水平不断提高，人类将面临着粮食日益紧缺的问题。2。全球性的能源短缺、国际高油价，使得替代能源(乙醇汽油)开发，而消耗大量玉米，造成国际粮食价格大涨，以玉米为主要饲料来源的养殖业必然会受到极大的冲击。3。饲料蛋白资源存在长期的短缺，未来缺口将在五千万吨以上，所以寻求更为经济有效，来源更为广泛的蛋白资源替代品，是当务之急。这些都直接影响到中国农业养殖户的利益。但农业产品作为人类生存的必需品，有它存在的必要性，而寻求农业发展的可持续发展性，将是未来农业发展的大势所趋。利用微生物与酶技术解决饲料资源短缺问题无疑是得心应手的，对糟渣的综合利用，费渣水再

循环利用，对现在正在利用的饲料资源如玉米-糠-豆粕-鱼粉型日粮进行改进和提高利用率，对庞大的秸秆资源进行深度开发，并部分用于单胃动物，对有毒蛋白资源（菜粕-棉粕-蓖麻饼粕）等进行脱毒加工，对动物粪便进行深度技术处理，都利用到微生物与酶技术，它们是最佳首选。我们展望未来养猪业的发展将受到发展惯性的影响，会略有回落，但对整个市场的影响不大，像东莞这样的先进城市将在09年起为环保而会全面禁止养猪业，但同时也将留出大片的空白市场。

二. 我们的创业规划

1. 养猪。我们将先建设一个以微生物与酶技术解决部分饲料问题的养殖场，采用自繁自养的方式防止有害病毒、病菌通过引种传入。以一间投资成本为10万元的小型养殖场为例。场地建设费、猪苗、饲料、兽药等成本约为7.5万元，周转资金为2.5万元，一次可养60头，年出栏三次共180头，每头猪的毛利在120-150元之间，那么使用全价饲料喂养的猪场年毛利在2.16-2.70万元之间。如果是自行繁育母猪，那么初期的投资高些，但长期算下来养殖成本将大为下降。目前猪的生长周期为6个月。可长到200斤，现在市场上的商品饲料批发价约为2元/斤。但因为我们所建设的是小型生态养殖场，目前农村中有很多可利用的植物秸秆（玉米秸、花生壳、花生藤、米糠、稻草、树叶、甚至锯末），糟渣（木薯渣、蔗渣、谷类酒糟等）通过微生物与酶技术发酵、降解其粗纤维、提高蛋白率、改善适口性、变废为宝转化为低成本的动物饲料，再结合成配合饲即可饲养家畜家禽。

2、生物链养殖。而全生态生物链养殖与传统养殖最大的不同就在于猪粪便的利用上，同样的以10万元投资养殖场为例。此养殖场月产粪便可达数吨，每吨作为农家肥使用仅为几十元，但通过生态发酵后，每吨养殖蝇蛆可产100到200公斤，二次利用养殖蚯蚓40到50公斤，而造一座日生产蝇蛆，蚯蚓50公斤的养殖房只需一次性投入约3000元，蝇蛆蚯蚓是鸡、鸭、鱼、蛙、鳝等经济动物的重要饲料、再配合一定量的商

品饲料和谷物。一吨价值几十元的粪便，可产生数千元的产值，其生产成本将大大降低。

3、肉制品专卖连锁店。现如今，在国外及国内的一些大中型城市，部分鲜肉及肉制品已从农贸市场中走出来，进超市、开专卖店，走中高端之路。在那里，鲜肉摆脱了农贸市场里的阴暗、蚊蝇，卖肉人的万能抹布，买肉人千姿百态的手。享受着小包装，空调房的待遇。我们的肉制品综合店将提供猪肉、牛羊肉、熟食、包装食品、活体水产禽类、烹调用品果蔬等一站式的服务。因为自产自销将比超市有价格上的优势，因为环境卫生将比农贸市场有品质保证。

4、深度发展组建合作社，解决“三农”问题服务中国农民。

我们的目标，联合各个中小养殖户、饲料、食品加工厂、经销商、实现资源和利润最大化，增强竞争力，在价格、技术、信息、资源上具有更强地话语权，走产业化之路。为降低投资风险，初期与各大型养殖场合作，提供种苗支源。

三、资金使用

四、产品成本及盈利分析。

为节省费用，合作社将以院校+公司+基地+合作社+农户+经销商的模式进行生产。

我们的赢利主要来自于、

- 1、种苗供应。
- 2、养猪场赢利
- 3、统一购销的佣金、差价。
- 4、零售点的销售利润。

5、不收取养殖户的技术指导费、培训费、信息费。以上要求与各个养殖户签定加盟包销合同。

五、合作方案

与全国各大院校、大型养殖场合作，与各个养殖户签定购销合同。合作社提供场地资金支持，定期聘请各院校的优秀教师到田间地头给养殖户指导生产、解答难题、免费培训。另外为了鼓励养殖户的生产积极性将一定数额的利润，奈人对养殖户的返点计划中。

返点操作如下、

合作社以比市场价高出3%到10%的价格向养殖户收购，然后批发给上门来的客商、食品企业、零售者并对其收取不低于价值3%的佣金，养殖户不收取。所得的利润30%，即作为返点金。返点率以3个月为一次结算，分为多个等级，大体标准有季度产值、品质、诚信、可持续发展性、养殖成本等，每月考核入档，每季调整一次。

六、本项目的未来。

下一页更多精彩“养殖创业计划”

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

渔业养殖规划篇二

本人于xx年六月毕业于昭通市第一中学，但由于家境困难没能继续上大学，后到广东省深圳市打工，曾在深圳正一玩具厂工作，两年后回到家乡工作□xx年又返深圳，并在深圳拓威手袋厂工作至今。

但由于金融危机的侵袭，公司破产，只好又回到家乡。

本人在打工期间，一直坚持自学企业经营管理、市场营销、人力资源管理等等。

也曾学过部分科学养猪技术知识。

二、市场评估

昭通市昭阳区生猪生产是农村经济的一大支柱产业，也跟城镇居民的生活质量息息相关。

然而，由于自然环境等因素的制约，农民经济来源不广，生产生活困难，有劳力的人不得不到城市及沿海发达区域打工，很多农村家庭留守人员为老人、儿童或丧失劳力人员，劳力减少，粮食减收，影响全区养猪业的发展。

生猪在农村也多为分散养殖。

而且我市正在加紧搞城市规划建设，土地被大量征收，农民也实现了农转非。

所以在未来的三四年后，我市的生猪养殖将会出现供不应求的局面。

三、竞争对手分析

虽然目前我市也有不少生猪养殖场，但那些养殖户多为屠户转变而来，他们虽对养殖、屠宰等过程有部分经验，但他们比较容易安于现状，而且也是靠经验搞传统养殖，对于市场的开拓、养殖技术的改进、品种的更新等存在缺陷。

四、市场营销计划

- 1、引进优良品种仔猪
- 2、引进先进的生猪饲养技术
- 3、对养殖场进行现代的、科学的、高效的管理
- 4、与各屠宰场建立合作关系
- 5、力为本市居民提供充足、安全、优质的猪肉来源
- 6、闯出昭通市场，提高昭通的影响力

五、财务规划

1□xx0元用于猪舍建设

- 2、仔猪每公斤5.4元左右，购买35头左右即可
- 3、留下一万作为流动资金备用，其余的购买饲料
- 5、一年可出两栏，用一年半时间还清贷款
- 6、还清贷款的第二年扩大养殖规模

六、技术支持

2、向各农校老师求教

渔业养殖规划篇三

一、企业名称：

XXX

二、联系地址：

世纪新村北门口

三、经营范围：

工程承建

四、项目计划：

由于我公司正处于开拓时期，资金周转比较困难，根据今年市场局势，我有信心，并热情投入，决心坚持，将本公司发展壮大，建造品牌工程，为解决我市就业问题添砖加瓦，为社会创造更大效益，为韩城市城市建设、经济发展贡献一份微薄力量，希望贵方予以支持，切实达到创业的目的和宗旨。

五、成长发展规划：

1、整合城市的分散劳动力和农村剩余劳动力，解决农民工务工难，讨薪难等问题给建筑工人提供一个稳定的工作和良好的生活环境。

2、培养各类技术人才，为其提供管理、培训、住宿等，从而促进公司生产效率和生产质量，随着科技和经济的发展，机械在很多领域代替手工，使得劳动力过剩，建立一个现代化管理和具有专业水平就业的渠道和工作平台。

3、本公司本着努力营造重信守诺，通诚合作，科技创新，服务至上的原则和以人为本，综合发展的管理理念，为社会提供高质量的建筑服务，以高度的责任感、使命感，一如既往的为用户和社会提供满意的生产和服务，将公司做强，创造新的业绩，展现新的风采。

渔业养殖规划篇四

由于产业门槛不高，具有易复制易操作的特点。难免有他人抢占市场先机的风险,所以应加强与农业院校|、养殖户、加工厂、消费者之间的沟通联动性，提高信息的准确性，快速准确调整养殖结构，加强技术含量和品质的提升，降低成本，做好服务。通过合作社的努力，将全生态生物链养殖发扬光大，服务全国人民。

附：全生态生物链养殖的前景和产业分析

2、产业分析。全生态生物链养殖因遵循循环利用的原则，将成为二十一世纪最经济、环保、前途光明的农业生产模式。如图(略)

此图说明了全生态生物链养殖的生态环保性，但只是如此还不够。所以就催生了合作社，强弱联姻产业构架将由单一的养殖销售转向产业化。《因为现在政府实行的补贴“三农”，减免农业税的政策，不可能长期不变的，最终目的地是必须依靠市场经济原则实现农业自身发展，自己解决“三农”问题，并获得良性循环》。即种地不再是农户散种，而是采用公司化集团化方式来种植，田地以村为单位，集体管理，承包给有能力的人种植和经营，让农民的土地拥有权不变，土地的经营权发生了改变。让农户以土地入股，土地经营收入按入股分配给农民，政府只要加大对经营收支的财务审计就可以了。公司化经营大大克服了分散经营成本大的缺点，提高了农业入世后的竞争力，发达国家大多采用这种方式，虽然国家社会制度不同，但市场经济规律是一样的。

支持我的理由因为我做的不是个人财富，如果我是投资人，我会选择点的帮助达到面的效益，同时具有推广和社会价值。

养殖创业计划篇三

一、背景

土鸡也叫草鸡、笨鸡，是指放养在山野林间、果园的肉鸡，由于其具有肉质鲜美、营养丰富、无公害污染，肉、蛋属绿色食品，近年来在市场上颇受人们青睐，价格不断攀升，饲养土鸡市场前景广阔。

优质土鸡生态养殖技术是将传统方法和现代技术相结合，根据各地的区域特点，在荒地、林地、草原、果园、农闲地、玉米地、高粱等地规模养鸡，喂五谷杂粮，让鸡自由寻食昆虫野草，饮山泉露水，严格限制化学药品、激素、饲料添加剂等使用，以提高鸡肉的风味和品质为目的，生产出符合绿色食品标准要求的一项生产技术。

采用优质土鸡生态养殖技术可对各地的土地资源进行综合利用、立体开发，生产出符合消费者需要的、风味独特、味道鲜美、品质优良的绿色食品，顺应人们喜欢土法养鸡的消费需求。这种方式投资少，效益高，技术易于掌握，市场需求旺盛，是一项应用前景非常广阔的实用养殖技术。

我们花垣县以土鸡为主的小家禽养殖规模小、产业化程度低，养殖户抵御市场风险能力弱、收入低。实施小家禽屠宰及深加工项目可充分利用土鸡资源优势，提高花垣县以土鸡为主小家禽的附加值和养殖户的收入，促进小家禽养殖业走向产业化、标准化，壮大小家禽养殖专合组织，保障小家禽资源永续利用，促进农村产业结构调整 and 农民增收。

牧民利用天然优质牧草进行放养，不用人工合成化学药物，做到了绿色、生态养殖。放养土鸡毛色光亮、肉质鲜美，绿

色无公害，适应消费需求。鸡的售价提高了，经济效益增加了。同时，还对保护草场、土壤生态系统有良好的促进作用。

二、国内外发展现状

我国现代肉鸡养殖业起步较晚，大约始于20世纪80年代中期。90年代以前，我国肉鸡生产水平与畜牧业发达国家相比主要表现在产量少、商品率低、效益差、耗料多等特点。进入90年代以后，我国肉鸡饲养业才得到迅猛发展，目前我国已成为仅次于美国的第二大禽肉生产国。

当前，我国肉鸡养殖的基础环节仍然很薄弱，肉鸡的生长速度、上市日龄、上市体重、耗料比还落后于外国。在国内，通常把由国外引进的肉鸡成为“快大型”肉鸡，因不适宜我国传统的烧、炖加工，生产这类肉鸡主要是出口。国内自己消费的主要是被称为优质鸡的某些地方品种，或地方品种与引进品种杂交选育的肉鸡。据研究，我国一些地方品种，在蛋白质与氨基酸总量或某些氨基酸含量都略高于引进品种，有优质的特性。近年来优质肉鸡生产得到不断发展，香港、广东、广西、台湾等地区，优质鸡的比重占肉鸡总体的90%以上，但其生长缓慢、体重较小，上市日龄较长，需要继续加强这类鸡的选育工作。

我国肉鸡产业经过了20世纪90年代初期以20%—30%的高速度增长以后，到21世纪增长速度明显放慢，肌肉产品出口逐渐走下坡路，主要原因是疫病和公害物质残留，提高养鸡生产的劳动生产率和肉鸡产品质量到了刻不容缓的时刻了。在农区笼养蛋鸡饲养密度大，场舍密集，设施不健全，排泄物对环境污染严重，夏秋成为蚊蝇的孳生地，影响居民身心健康。发展生态养鸡，远离居民区，饲养密度低，加之环境的自然净化，可使排泄物培植土壤，变废为宝。生态放养土鸡，大量扑食多种虫体，可大幅度降低虫害的发生率，减少农药的使用量，提高农作物和林果产量，同时有利于环境保护和人类的健康。生态放养鸡，以天然饲料为主，生态环境优良，

饲草、空气、土壤等没有污染。草地是天然的绿色屏障，传染病少，家禽体质健壮，药物用量减少，无论是禽蛋还是禽肉纯属绿色食品，有益人体健康是理想的生态养殖业。推广规模化生态养土鸡，是经济效益、社会效益和生态效益的高度统一。

三、市场分析

现有的市场以土鸡为主的小家禽养殖历史悠久，大多数市场土鸡具有肉质细致、肉味鲜美等特点，其中花垣湘西土鸡在全省享有盛誉，是湘西土鸡县优势特色资源，产品远销重庆、秀山、吉首、长沙、广州等大中城市，具有很强的市场竞争力。

我们花垣县是无公害肉鸡生产基地县，小家禽出栏将达到50万只，实现产值1000万元，占全县畜牧业总产值的10%，家禽养殖是我县中高山区农民收入的主要来源，到湘西土鸡养殖规模将达到100万只。依照农业部《关于加强西部地区特色农业发展的意见》和省《关于实施我省农业和农村战略调整的意见》以及花垣县委、县府提出的“一果、二畜、三山珍”的产业发展战略思路，充分利用湘西土鸡资源优势，促进湘西小家禽养殖产业化、标准化，发展、壮大土鸡养殖协会，走可持续发展之路，为花垣县农民增收、农村产业结构调整、财政增收以及人民群众对湘西土鸡的需求奠定坚实的基础。

综上所述，组建花垣县家禽屠宰及深加工项目是发展壮大花垣小家禽这一地方特色资源的必要措施，是资源永续利用，可持续发展的迫切需要，是提高农民收入，切实贯彻“三个代表”的重要思想，全面建设小康社会的有效途径之一。

1. 市场调查

花垣县以土鸡为主的小家禽在国内市场属于紧销产品，比同类产品市场价格高20%，市场对土鸡产品需求旺盛。随着我县

加大对土鸡养殖业的投入，20本地土鸡的出栏将达到100万只以上，对湘西土鸡等小家禽进行精深加工，可向省内外大中成市提供更多的优质土鸡等家禽产品。

2. 市场预测

3. 市场竞争力

随着国民经济的不断增长和人民生活水平的提高，生活质量也在不断地向前发展，人们的肉食结构发生了变化，对禽产品的品质要求越来越高，倡导绿色禽产品的市场消费新理念越来越起来越强烈。鸡肉是人类生活必不可少的美食之一，在我国有“无鸡不成宴”的传统。目前我国禽肉在肉类结构中仅占20%，比世界平均水平差8%，人均禽肉占有量10—12千克，与发达国家相差甚远，例如，日本人年均消费量达40千克以上，鸡肉占肉类的47%，；美国人年均消费量50千克以上，鸡肉占肉类的40%。从长远来看，随着我国经济的发展，人民生活水平的提高，鸡肉的消费将不断增加，鸡肉生产仍有较大的发展空间。目前，从国外进口的禽产品都是冷冻产品，不完全符合中国人喜欢食新鲜禽肉的消费习惯。但受国际消费标准的影响，国内对鸡肉卫生标准的要求将逐步提高，肉鸡产品的质量，尤其安全卫生问题将受到更多关注。如果国内肉鸡产品在质量上，尤其是产品安全性下功夫，国产鸡肉还是有很强的市场竞争力。

我县本地土鸡肉质细腻、味道鲜美、营养丰富，可与天然野鸡相媲美，体型较小等特点，符合人们的消费习惯，多年来，其市场价格与笼养鸡品种售价高出5—10元/公斤，市场供不应求。因此，开发与利用本地土鸡这一宝贵的资源，进行规模化养殖，饲养中不添加任何促生长激素、有害的矿物添加剂和化学添加剂，市场前景将十分广阔。

四、执行计划

1. 预期目标

根据花垣县小家禽产业规划的总体目标，在龙潭镇组建年出栏量为10万只的龙头企业。改建1000m²的养殖场；建设污水处理配套设施；投入购置原料、辅助材料及职工工资福利等流动资金10万元。林下放养土鸡实行标识管理，合格的上市成鸡脚上贴有标识，一鸡一标。

2. 技术人才

花垣县畜牧局现有畜牧兽医专业技术人员2人，在花垣县龙潭镇金溶村一组淹没区，退耕还林带山林鸡养殖，掌握了丰富的饲养和管理经验，加上全县畜牧业服务体系健全，各个乡镇都设有兽医站，有120人专业技术人员作为后盾，通过技术引进、技术开发能满足项目技术力量要求，可为项目实施提供技术帮助，完成项目任务有技术保证。

(1)资金：本单位固定资产总价超过30万元，目前资产和经济状况良好，没有负债，加上该项目提出得到县委、县政府的支持，配套资金落实有保证。

(2)仪器设备：目前我国成套的孵化设备品种繁多，而且质量有保证，价格也不贵，只要有资金，很容易购买。

(3)资源：我县本地土鸡资源丰富，作为保种选育的核心群鸡种有保障；另外我村有1000亩的竹林远离城镇，没有污染，符合生态养鸡的环境条件。

(4)承担单位具备的条件及欠缺条件解决措施：本村具备实施本项目所需的资源、技术力量，欠缺条件为项目经费，拟通过申请上级科技经费补助加以解决。

3、精选良种

优良的品种是饲养优质肉鸡的基础。应选养皮薄骨细、肌肉丰满、肉质鲜美、抗逆性强、体型中小型的有色羽毛的著名地方品种，可以是三黄鸡，也可以是麻花青脚鸡，如宫廷黄鸡、河南固始鸡、广西岑溪三黄鸡及浙江仙居鸡等各地优良名鸡，也可以根据当地的饲养习惯及市场消费需求，选育适合当地饲养的优良肉鸡品种。

4、注重放牧

放牧是提高肉鸡肉质的重要措施之一。优质放养土鸡的育雏技术要求与快大型肉鸡无异，在育雏室内育雏30天左右转入大棚饲养。一般夏季30日龄、春秋45日龄、寒冬50~60日龄开始放牧。放鸡场地宜选择地势高燥、避风向阳、环境安静、饮水方便、无污染、无兽害的竹园、果园、茶园、桑园等地较理想。鸡只既可吃上述“四园”中的害虫及杂草，还可为“四园”积(施)肥。放牧场地可设砂坑，让鸡砂浴。还要搭建避雨、遮阳、防寒的草棚或塑料大棚。肉鸡早出晚归，放牧密度为50~70只/亩，每群规模约500只为宜。为防止鸡走失或危害附近农作物，放牧场可设置围栏，一直放养至出售。加强放牧可以提高鸡肉的结实度，促进体格健壮及羽毛紧密光亮;还可采食青草、草籽、枯叶、虫蝇等，节约饲料和提高肉质。有条件的可以放一批鸡换一个地方，既有利于防病，又有利于鸡只觅食。

5、巧喂饲料

饲料是影响肉质的重要因素。优质土鸡育雏期应饲喂易消化、营养全面的雏鸡全价饲料。因其生长速度较慢，饲料中粗蛋白含量低于快大型肉仔鸡全价料2个百分点，并做到少量多餐，以促使雏鸡生长发育良好。育成、放牧期要多喂青饲料、农副产品、土杂粮，以改善肉质、降低饲料成本，一般仅晚归后补喂配合饲料。出售前1~2周，如鸡体较瘦，可增加配合饲料喂量，限制放牧进行适度催肥。中后期配合饲料中不能加蚕蛹、鱼粉、肉粉等动物性饲料，限量使用菜籽粕、棉籽

粕等对肉质和肉色有不利影响的饲料，不要添加人工合成色素、化学合成的非营养添加剂及药物等，应加入适量的桔皮粉、松针粉、大蒜、生姜、茴香、桂皮、茶末等自然物质以改变肉色、改善肉质和增加鲜味。

6、严格防疫

搞好防疫灭病是养好优质放养土鸡的重要保证。一般情况下，放养土鸡抗病力强，较圈养快大型肉鸡发病少。但因其饲养期长，加之放牧于野外，接触病原体机会多，必须认真按养鸡要求严格做好卫生、消毒和防疫工作，不得有丝毫松懈，根据本地实际重点做好以下的防疫工作。

此外要特别注意防治球虫病、卡氏白细胞虫病及消化道寄生虫病。经常检查，一旦发生，及时驱除，肉鸡中后期防治疾病尽可能不用人工合成药物，多用中药及采食生物防治，以减少和控制鸡肉中的药物残留。

7、适时销售

合适的饲养期是提高肉质的重要环节。饲养期太短鸡肉中水分含量多，营养成分积累不够，鲜味素及芳香物质含量少，肉质不佳，味道不鲜，达不到优质土鸡的标准；饲养期过长，肌纤维过老，饲养成本太大，不合算。根据土鸡的生长生理和营养成分的积累特点，以及公鸡生长快于母鸡、性成熟早等特点，确定小型肉鸡公鸡100天，母鸡120天上市；中型肉鸡公鸡110天，母鸡130天上市。此时上市鸡的体重、鸡肉中营养成分、鲜味素、芳香物质的积累基本达到成鸡的含量标准，肉质又较嫩，是体重、质量、成本三者的较佳结合点。

五、创新技术

1. 主要技术要点

(1) 选择适合放养的场地及搭建风雨棚 鸡的生态养殖应远离城区、避免污染、环境安宁清洁、有清洁水源，选择地势较平坦的荒山、灌木林，以果林为主，在林地内地势较高、背风向阳、易防兽害和易防疫病的地点搭建风雨棚。风雨棚可用竹、木搭成人字型棚架，顶盖石棉瓦加茅草，四周用竹片等做简易围栏，只要能避雨、避暑、补饲、休息就行。为了便于管理，可在风雨棚旁建值班室和仓库。

(2) 选择适合放养的品种 选用优质地方良种鸡，如固始鸡、清远鸡、草鸡等适应性强、适合放养且符合市场消费需求的品种。

(3) 育雏期管理 雏鸡幼小抵抗力差，不能直接进入野外饲养。3~4周龄前与普通育雏一样，进行人工育雏，脱温后转移到山上放养。因此一定要抓好3周前的管理，为后期生长奠定基础。

(4) 严把脱温期管理 3周后开始进入脱温饲养，脱温期特别要注意外界气温，内外温差大，仔鸡抗逆力低，调节功能差，一时难以适应环境的变化，因此要选择天气暖和的晴天放养，开始几天，每天放养2~4h以后逐日增加放养时间，使仔鸡逐渐适应环境变化。棚舍附近需放置若干饮水器和料槽，让鸡自由采食，每天早上不要喂饱，把鸡放出去自由活动，采食天然饲料，太阳下山时将鸡群收回鸡舍并喂饱。刮风下雨天气停止放养，防止淋湿羽毛而受寒发病，同时还要防止天敌和兽害。

(5) 疫病控制 野外放养鸡的活动范围广，疾病防治难度相应大些，因此免疫工作要求质量高、免疫剂量足，严格按照免疫程序，逐只予以免疫注射。特别是马立克、新城疫、传染性法囊病等主要传染病，决不能放松。同时要做好定期消毒，发现病鸡应隔离饲养，避免交叉感染。

(6) 饲养密度及方式 针对不同的放养地确定不同的放养方式，

每群一般500~1000羽为宜，第3~4周龄开始放养，围栏分区轮牧，每隔一周期换一块地，放养周期一般控制在一个月左右，这样鸡粪养林，且小草、蚯蚓、昆虫等有一个生养休息期，等下一批仔鸡到来时又有较多的小草、蚯蚓等供鸡采食，如此往复形成食物链。

(7) 饲料营养及饲喂 雏鸡3周龄前可用全价饲料饲喂，3周龄后逐渐改喂五谷杂粮。温室育雏可按常规喂饲，脱温后第1周早晚在棚内喂饲，中午补饲一次，以玉米、小麦、稻谷、豆类、红苕等天然谷物饲料逐渐增至代替全价饲料；第2周起中餐可以免喂，喂饲量早餐由放养初期的足量减少至七成，5周龄以上的大鸡还可以降至六成甚至更低些，晚餐一定要吃饱，5周龄后全部换为谷物杂粮，促进寻找食物，以增加鸡的活动量，采食更多的有机物和营养物。

2. 创新点

为了堵绝外来疾病的侵袭，在选雏前要进行实地考察，尽量在本地无传染病史的鸡场，选择种鸡普系登记齐全、管理规范、防疫制度健全的育雏厂调运，鸡的品种可选用抗逆性强的优良地方品种，如三黄鸡、麻鸡、来航鸡等。

(1)、适时开食和饮水：雏鸡先在舍内饲养，在雏鸡入舍后1—2小时即可给以饮水，可在水中加入5%的葡萄糖和维生素或配制0.01%的高锰酸钾溶液饮水，以增强鸡的体质，缓解应急反应，便于胎粪的排出。水温一般要接近舍温(20—22℃)，雏鸡一般在出壳24小时后开食，最初时可喂碎米，3日龄后改喂全颗粒饲料。

(2)、控制好鸡舍内的温度：刚出壳的雏鸡温度要求摄氏35℃(指与鸡背部同高处的温度)以后每5天降低1℃，在35—42日龄时温度最后降至20—22℃。在保温的同时，还需要通风换气，常用的保温方法有纸箱、热炕、育雏笼等。热炕的育雏方法是：炕上用砖砌成墙，用竹片做成拱形，棚

高0.8-1.0米，四周用塑料薄膜覆盖做成简易小温室，在炕上铺垫短麦草、干锯末等，炕上的垫料2-3天要更换一次。

(4)、舍内饲养密度要适宜：0-10日龄的雏鸡每平方米40-50只，10-20日龄30-40只，20-30日龄20-30只，42日龄每平方米20只。

(5)、注意通风：鸡舍内要通风，它能给鸡保证足够的氧气，但要防贼风。

(6)、定期喂不溶性沙砾。沙砾能增强鸡的消化功能，有利于鸡的生长发育。

(7)、一片林地以放养羽为宜，规模大不便管理，规模小效益低，每公顷林地放养3000羽土鸡为宜。晚春到中秋可放养，冬季气温低，虫草减少，应停止放养。

六、目标及年度计划

项目于2011年8月开始，4月止，年度实施计划如下：

2011年5—12月：项目立项，示范场选点、施工、管理及人员培训等。

1—12月：技术培训，示范场管理、推广。

1—12月：技术培训，示范场管理、推广。

201—4月：项目资料收集、整理，总结验收。

七、投资与资金分析

1. 总投资预算

土鸡生长期内，大部分时间为自然放养，仅添一些精料，大

大降低了饲养成本。目前，市场上良种肉鸡的价格为每公斤10元，而土鸡价格约在每公斤20元至30元之间，饲养一只2.1公斤重的土鸡，扣除饲养成本，可净赚16元。另外，土鸡的鸡蛋也是俏货，每只鸡年产蛋125枚，每枚价格为0.5元(包装并打出品牌后价格更高)，至少收入50元。如果一个养殖户饲养10000只土鸡，一年可赚到20万元。投资估算合计投资40.5万元。

(一)改建厂房需投资($1000\text{m}^2 \times 200\text{元}$)=20万元;

(二)新建污水处理设施以及 50m^2 沼池一座需投资2.5万元;

2. 资金来源

申请上级科技经费补助15万元，部门提供10万元，单位自筹6.5万元。

八、效益分析

项目完成后，总结出一套实用性很强的竹林下生态养殖技术加以推广应用。在正常情况下，按“小群多批次”的饲养方式，以移民群众的生产条件，每批养鸡150羽，每年户均最少可养3-4批，共600羽，按育成率92%计，可售出商品肉鸡510羽，扣除鸡苗成本、饲料及药品等费后，按每羽盈利4元，总获利2040元。

整个笋区有1000户饲养土鸡，年总饲养量将达60万羽，年创利200万元以上。示范基地随着鸡苗销量的增长而获更佳的效益。另外，发展笋地林下生态养鸡，按户均年饲养600羽，仅养鸡一项家庭副业就使农民户年纯收入2000元以上。在笋地牧放散养土鸡，投入劳力和资金较少，有一举多得的效果，既抑制了野草、虫类的生长，又节省了饲料，同时鸡粪可肥林壮笋(成年鸡每年可排粪便40-50公斤)，节约化肥的投入。总之，项目的实施可以解决部分就业机会，增加地方财政收

入，拓宽移民增收的途径。

(1) 效益分析

产品销售收入=36元 × 1.8万只=66.24万元；

(2) 成本分析

基础设施折旧：2.25万元

饲养成本：2万羽×10元/只=20万元

疫苗：7元/只×2万=14万元

人员工资：1.8万元×2=3.6万元

成本合计：39.85万元。

(4) 收益分析

投资利税率=(利润)/总投资×100%

(5) 投资效益分析

九、风险与措施

该项目投资大，技术含量高，管理工作要求严格，受市场需求制约，存在一定的投资风险。投资该项目应积极争取到国家的优惠政策和信贷扶持，引入先进的加工技术和管理人员加强管理，提高产品品质保持小家禽“土、特、优”的特色，与饲养户组建成“风险共担、利益共享”的紧密经济联合体共同抵御市场风险。加工生产过程中要严格按照国家标准排放废弃物，积极回收加工下脚料和加工副产品以降低生产成本提高经济效益。

土鸡要选择抗病力强的良种鸡，3~4周龄前与普通育雏一样，选择保温性能较好的房间进行人工育雏，脱温后再转移到山上放养。小鸡刚开始放养时没有上山觅食习惯，要人为地训练才行。一般需2人配合，一人在前边吹哨并撒抛颗粒饲料，让鸡随抢食，另一人在鸡后用树枝驱赶，直到全部上山。每天中午还应在山上吹哨补食1次，强化训练，傍晚再用同样的方法训导鸡归舍，训练10天左右，鸡群就建立了条件反射。

在舍内饲养20天后，即可选择晴天放养。最初几天，每天放2-4小时，以后逐渐延长时间。夏天30日龄、春秋35日龄、冬天45日龄即可转入舍外饲养，初进林地时要用尼龙网限制在小范围内，以后逐步扩大，最好用丝网围栏分区轮放，放一周换一块地方，每亩地100—150只即可。

病死鸡的处理：如发现病鸡及时隔离，死鸡应立即深埋或烧掉，对场地用具和物品用0.2—0.4%的过氧己酸进行消毒。

鸡舍卫生及消毒：舍内用具及物品应经常清洗、保持干净。舍内鸡粪每隔半月清理一次，用10%-20%的生石灰水消毒，并用尼龙布密封鸡舍用40%福尔马林溶液熏蒸。同一块林地放养2—3年后要更换另一块林地，让林地自然净化2年以上，待全面消毒后再养鸡。

严防鼠害或其它动物侵害：林地或草地用铁丝网、尼龙网或竹栅栏圈围，防止鸡外逃或野兽入侵。

注意天气变化：要及时收听当地天气预报，在雨、雪来临前要做好鸡舍的防风、防雨、防漏、防害工作。

渔业养殖规划篇五

一、创业背景

近年来，我国饭店发展迅速，餐饮品种丰富，店铺数量迅速

增加，各种类型的饭店、酒店层出不穷，行业竞争日趋激烈。与此同时，洋快餐登陆对我国饭店也提出了严峻挑战。随着洋快餐的大举进军，一种新的餐饮经营模式—连锁经营逐步受到广大从业者的关注。连锁经营改变了传统的小生产经营方式，有效降低经营成本，扩大市场占有率，给企业带来了巨大的规模效益。国内有识之士已开始利用连锁这一有效手段发展生产经营，如北京全聚德烤鸭集团、东安饮食集团、天津狗不理集团、大连渤海饭店集团等都走在国内饭店连锁经营的前列，对行业的规模发展起到了推动作用。但总的来说，我国连锁经营，尤其是饭店连锁经营还处于初级阶段。大力发展连锁经营是饭店提高经济效益的有效途径和必由之路。

二、店面简介

本店位于大学聚集中心地段，主要针对的客户群是大学生、教师、以及打工人员。经营面积约为80平米左右。主要提供早餐、午餐、晚餐以及特色冷饮和休闲餐饮等。早餐以小吃为主打特色。品种多，口味全，营养丰，使就餐者有更多的选择。午餐和晚餐则以健康的菜色为主。本饭店采用自助快餐的方式，使顾客有更轻松的就餐环境与更多的选择空间。本饭店装饰自然，随意，同时负有现代气息，墙面采用偏淡的温色调，厨房布置合理精致，采光性好，整体感观介于家庭厨房性质与酒店厨房性质之间。

饭店初期(1-3月)

主要产品是针对城市三种群体不同身体健康状况的餐品，市场策略为通过积极有效的营销策略，挤占中式餐饮及保健药品的市场分额；树立“绿色食品”的良好品牌形象，提升知名度、美誉度；收回初期投资，积极进行市场推广。

饭店中期(1年)

巩固、扩展已有的市场分额，进一步健全饭店的经营管理体制，提高企业的科学管理水平；着手准备品牌扩张所必须的企业形象识别系统、统一的特色优势餐品、统一的管理模式等方面的建设。

饭店长期(2年)

届时，饭店运营已经步入稳定良好的状态，随着企业的势力与影响力的增强，服务范围不再能满足潜在顾客的需要时，以特许经营的方式，开拓新的市场空间，扩大饭店的辐射范围和影响力。

三、发展战略

1、本饭店开业之前，要作广告宣传，因为主要客户群是针对学生的，而学生中信息传递的速度与广度是很大的，所以宣传上可不用费太大的力度，只需进行传单或多媒体等形式的简单广告即可。

2、本饭店采取自助餐的方式，免费茶水和鲜汤。并且米饭的质量相对竞争者要好，可采用不同的做法，使口感与众不同，以求有别于竞争者，给顾客更多的优惠，以吸引更多的客源。此外，本饭店还根据不同的节日而设定富有特色的情侣套餐，这也将成为本店的一大特色。

3、有许多学生习惯于三点一线的生活方式，许多时候为了节约时间会选择最近的就餐地点而不愿到较远点的餐馆，所以在地理位置选择上不会与学校大门有太大的距离。饭店在适当的时候还将推出送外卖的服务，根据不同情况采取相应得做法。如：若有三份以上(包括三份)的叫量可以免费送货上门，单独叫外卖的需交付一定的送货费，这样还有一个好处，如有一人想叫外卖，为了不出送货费则会拉上另外的两份外卖，如此也是能增加销量的。

4、饭店使用不锈钢制的自助餐盘，即节约又环保，而废弃物也不能随便倾倒，可以与养殖户联系，让其免费定期收取，

如此可以互利。据悉，竞争者在这方面做得并不到位，因此良好的就餐环境是可以吸引更多的顾客的。

5、暑假期间虽然客源会骤降，但毕竟还有部分留校学生、附近居民以及打工人员，届时可采取减少生产量，转移服务重点等方式，以改善暑期的经营状况。寒假期间就考虑修业一个月，已减少不必要的成本支出。

6、市场经济是快速发展的，变化的，动态的，因此要以长远的眼光看待一个企业的发展并进行分析，制作出长期的计划，每过一个阶段就该对经营的总体状况进行总结，并做出下一步计划，如此呈阶梯状的发展模式。在经营稳定后，可以考虑扩大经营，增加其它服务项目，并可以寻找新的市场，做连锁经营，并慢慢打造自己的品牌，可以往专为学生提供饮食的餐饮行业发展，总之，要以长远的眼光看待问题，如此才能有企业的未来。

四、饭店管理结构

店长兼收银员1名，厨师1名，服务生2名。经营理念侧重于以下几点：

主要的文化特色：健康关怀、人文关怀

在大学中的食堂的饮食一直是个问题，大学的饮食质量不高已成为公认的问题，仅仅是满足了学生们的温饱问题，而质量却远远没有达到学生们的要求。本企划就是根据这一点，为了保障大学生的饮食安全，提高大学生的饮食质量，旨在为高校大学生提供价格低廉安全高质并富有特色的食品，并且同时为各高校提供一定的勤工助学岗位，帮助贫困生更好的完成学业。优势与劣势：

优势分析：本饭店经营解决了学校食堂饭菜口味单一等问题，也无流动小摊卫生没有保证的担忧，并且与食堂同样方便快

捷，节约时间。另外，本饭店采用自助选择方式，应该很容易受到顾客欢迎，并能节省部分人力资源。简洁舒适的装修将是饭店的一大特点，学生普遍喜欢在干净、服务态度好的餐馆就餐，因此令人满意的服务也将是本店的一大特色。另外本饭店提供的是绿色，健康的食品。也是符合社会绿色生态的观念，比较适合注重健康的大学生。此外，学校食堂有明确的就餐时限，而校外很少有餐馆出售早餐，因此在校外的本店则可以较容易地抓住这部分因时间差而导致丢失的市场份额，换句话说就是由在就餐点前后的一段时间要就餐的潜在客户群所产生的市场份额。

劣势分析：由于刚起步，快餐店的规模较小，如就餐的人力资源、服务项目等都比较有限。而校区内外的竞争也是比较激烈的，因此还存在着不小的劣势。另一方面，因为学校假期是固定的，寒暑假期间的客源会骤降，而寒假期间会比暑期更少，这将会是一个比较难以解决的问题。

机会分析：据我们的市场调查与分析，本店产品的市场需求是存在的，并具有一定的竞争力。而作为一个学生——这个客户群中的一员，所以更能了解顾客需要什么样的产品和服务，从这些方面来看，是应该是很有机会挤入该餐饮市场的。

威胁分析：饭店的服务与产品质量的高低与经营成本又有直接和必然的联系，如此则产品价格必然不会比竞争对手低，虽然总体上价格并不会太高，但相比之下，客户的经济承受能力就成为一大考验了。并且，成本与利润也是直接挂钩的，盈利的多少则又是能否在竞争中生存下去的一大决定因素。再者，各地风俗与饮食习惯的不同，又产生了另一个问题，即是否大多数顾客都能对产品认可或满意呢，这也是需要接受考验的。

五、促销和市场渗透促销策略：

前期宣传：大规模，高强度，投入较大。**后期宣传：**重视已有顾客关系管理，借此进行口碑营销。定期具体活动的策划

和组织如赞助学校组织的晚会借此进行宣传，通过活动时提醒顾客的消费意识。针对节假日，开展有针对性的促销策略如发传单等。

六、财务状况分析

1. 据计算可初步得出饭店开业启动资金约需100000元(其中包括场地租赁费用，餐饮卫生许可等证件的申领费用，场地装修费用，厨房用具购置费用，基本设施及其他费用等)。

2. 运营阶段的成本主要包括：员工工资，物料采购费用，场地租赁费用，税，水电燃料费，杂项开支等。

3. 每日经营财务预算及分析

据预算分析及调查，可初步确定市场容量，并大致估算出每日总营业额约1000元，收益率40%，由此可计算出投资回收期约为8个月。

七、营销组合策略

有形化营销策略：

由于本饭店的经济实力尚弱，因此初期将采取避实就虚的营销战略，避开大量的硬广告营销，而采取一整套行之有效的“承诺营销”进行产品宣传。通过菜单、海报、文化手册、广告、促销活动等向消费者进行宣传、倡导“天然产品”的经营宗旨与理念。技巧化营销策略：

做出持续性、计划性将决定本饭店在避免普通饭店的顾客忠诚度不高的缺陷方面具有先天的优势，为了使本饭店能够在顾客心目中树立起权威感和信赖感，本饭店将会建立一套完整的‘会员信息反馈系统，实现营销承诺□□顾客反馈表。在服务中严格要求工作人员树立顾客第一的观念，认真听取顾

客意见。

2、将顾客满意进行到底。树立“顾客满意自己才满意”的观念，做到时时刻刻为顾客着想。

本饭店的原料主要以果蔬、豆类、菌类为主，是当今最受欢迎的绿色天然无污染食品，尤其本饭店是以保健为主的饭店，因此在原料的选择上需要专业的知识和技术投资，这样才有利于采购到新鲜、天然、无污染的绿色食品。根据饭店企业竞争激烈、模仿性强以及食疗产品具有的时节性强的特点，实现对企业的外显文化和内隐文化的有机整合，加强企业的品牌保护意识与能力。围绕“健康、绿色”为核心的品牌特征，饭店通过树立绿色形象、开发绿色产品，实行绿色包装，采用绿色标志，加强绿色沟通，推动健康消费来实现营销目标。作为一个饭店开展绿色营销，我们有着天然的优势，本饭店将严格贯彻绿色饭店的标准，无论从原料采购、食品加工还是卫生环境，都将严格把关。努力营造出朴素典雅又不失时尚的就餐环境，通过对饭店设计的布局、装饰风格、温度等，体现健康绿色的理念。

推广保健知识、宣传绿色文化：

本饭店将在营销过程中，围绕21世纪的餐饮主题——养生、健美、绿色三个具有社会意义的知识点，对消费者进行有计划、有针对性的宣传，从而引导顾客的消费取向。通过进行专题讲座、手册宣传、公益活动等方式将以上餐饮知识宣传出去，同时注重借此机会加大对绿色产品的宣传介绍。推广、倡导健康科学的饮食文化，弘扬传统文化中的养生文化。对产品、饭店、服务进行文化包装，传播饮食文化。从而获得进一步的发展机遇与条件。

八、发挥绿色饭店的价格优势

本饭店的目标人群为学生以及城市居民。考虑到市场上餐饮

产品、保健品的价格因素，本饭店的产品定价将处于同类产品中的中低价位。占领一定的市场份额，形成规模经济效应，以低成本获得高利润。在产品的价格及其组合上，我们是依据消费者不同的消费层次和需求，加工、提供各种具有食疗保健价值的营养餐品，其中在价格的制定上我们严格按照原料的利用率来计算，比如果蔬的去根多少、是否去皮、去叶，最后厨房的加工程度，为消费者提供每份6-10元不同餐品组合的标准，顾客可以根据自己的实际情况选择不同的素食食品。

九、店面设计视觉识别

店名：一方面应该和自己的经营业务有紧密的相关，另一方面要照顾到经营的场所是在校园内部，要贴近校园特色，易于为校园群体喜爱和接受，店名应有格调，意味悠长。

颜色：以黄色，红色，橙色等暖系色调为主，辅以轻快活泼的冷系色调。彰显时尚，潮流，雅致，品位。

店面布局

恰当运用灯光，地毯，隔断等元素，尽量一方面有效利用空间，一方面显得错落有致，不显开阔平淡之感。可适当设计一些较为私密的桌位，然长时间逗留的顾客充分享受那份怡然自得的情调。分区布局，让每个细分群体的消费者都有自己喜爱的角落和桌位。

灯饰和灯光：灯饰是饭店厅装饰的重要元素，选择各种不同样式的灯饰可以有效增饭店的美感。灯光是烘托饭店气氛的重要部分，可以选择不同颜色的灯光，烘托出饭店宜人的气氛。同时，顾客应该保留在自己的空间按照自己的要求调节灯光的便利。

墙面装饰和窗帘：按照季节及时调整，各种织物材质，图案，

颜色尽量显得和谐，显示饭店的格调，贴近消费者感官享受。

桌位：桌位设计和摆放应该总体上和谐，个体上有差异，避免给消费者大排档那样的感受。

工艺品摆放：工艺品的选择应该贴近饭店气氛和消费者偏好，烘托出饭店的品位。

餐具：干净，整洁，应该体现咖啡厅特色或者形象

背景音乐：以浪漫，柔和的轻音乐为主，响度适中，切合季节变化和咖啡厅格调。

十、总结

提倡绿色、健康的餐饮文化，提供健康有机的菜色，为本店在市场上站住脚提供了一大助力。通过稳中求进的经营理念使本店在以后的发展提供了一定的经济，人际，市场的基础，为以后开分店打下一定的基础。

渔业养殖规划篇六

主要经营范围：土鸡养殖与销售

二、创业计划作者的个人情况

以往的相关经验（包括时间）：无

教育背景，所学习的相关课程（包括时间）

20xx-至今桂林理工大学南宁校区市场营销专业大专学历

三、市场评估

目标顾客描述：

收购商，小贩，餐馆，酒店，批发商

市场容量或本企业预计市场占有率：

市场占有率30%以上

市场容量的变化趋势：

逐步攀升，市场容量处于无饱和状态。

竞争对手的主要优势：

竞争对手的主要劣势：

1. 土鸡肉感较差2. 设备投入多，成本高

本企业相对于竞争对手的主要优势：

1. 产品“土”，味纯正，口感好，脂肪沉积适度，营养丰富

2. 大自然环境放养，属于无公害产品3. 设备投入少，成本低

本企业相对于竞争对手的主要劣势：

土鸡养殖经验不足2. 养殖周期较长3. 市场占有率低

渔业养殖规划篇七

本人于一九八一年六月毕业于昭通市第一中学，但由于家境困难没能继续上大学，后到广东省深圳市打工，曾在深圳正一玩具厂工作，两年后回到家乡工作，一九八三年又返深圳，并在深圳拓威手袋厂工作至今。但由于金融危机的侵袭，公司破产，只好又回到家乡。

本人在打工期间，一直坚持自学企业经营管理、市场营销、人力资源管理。也曾学过部分科学养猪技术知识。

二、市场评估

昭通市昭阳区生猪生产是农村经济的一大支柱产业，也跟城镇居民的生活质量息息相关。然而，由于自然环境等因素的制约，农民经济来源不广，生产生活困难，有劳力的人不得不到城市及沿海发达区域打工，很多农村家庭留守人员为老人、儿童或丧失劳力人员，劳力减少，粮食减收，影响全区养猪业的发展。

生猪在农村也多为分散养殖。

而且我市正在加紧搞城市规划建设，土地被大量征收，农民也实现了农转非。所以在未来的三四年后，我市的生猪养殖将会出现供不应求的局面。

三、竞争对手分析

虽然目前我市也有不少生猪养殖场，但那些养殖户多为屠户转变而来，他们虽对养殖、屠宰等过程有部分经验，但他们比较容易安于现状，而且也是靠经验搞传统养殖，对于市场的开拓、养殖技术的改进、品种的更新等存在缺陷。

四、市场营销计划

- 1、引进优良品种仔猪
- 2、引进先进的生猪饲养技术
- 3、对养殖场进行现代的、科学的、高效的管理
- 4、与各屠宰场建立合作关系

- 5、力为本市居民提供充足、安全、优质的猪肉来源
- 6、闯出昭通市场，提高昭通的影响力

五、财务规划

- 1、--0元用于猪舍建设
- 2、仔猪每公斤5.4元左右，购买35头左右即可
- 3、留下一万作为流动资金备用，其余的购买饲料
- 5、一年可出两栏，用一年半时间还清贷款
- 6、还清贷款的第二年扩大养殖规模

六、技术支持

- 2、向各农校老师求教

渔业养殖规划篇八

越来越多的人喜欢上了溜冰，使得溜冰场的市场前景非常广阔。想创业的朋友，不妨从此处着手。

创业，除了有好的点子，重要的就是有一份完整的创业计划书。创业计划书是创业的灵魂。创业计划书的好坏，直接关系到创业的成败。一份好的计划书甚至能为你募集到资金。

这里给大家推荐的是一篇溜冰场的创业计划书，希望能对大家有所帮助。

今天的娱乐市场在也不是以前的“跑马圈地”的时代了，娱乐项目多元化已经势不可挡。现今市场的生存之道，只有不断的改进服务质量，进行大胆的创新，才可以在这个残酷的

市场竞争中继续生存下去，并有所发展。因此我们的想法就是创建一个溜冰场。

第一部分：市场分析

溜冰是一项强身健体，放松身心的休闲活动，是能大大丰富我们课余生活的娱乐项目。从目前大学的实际情况看，我们发现学生的课余活动是相对单调乏味的，除了那些普通的篮球场，足球场和简陋的露天乒乓球场外，工程校园内确实还应该提供一些为广大师生服务的课余休闲娱乐场所。我们以顾客需求为导向，计划在还大校内开办一家旱冰场，根据在一定范围内的市场调查结果的分析，这个计划是可行的。

因此我们做了一次关于开办旱冰场的市场调查(附调查问卷及统计表)结果显示，有53.4%的同学非常喜欢或喜欢这项运动，但是，在学校附近只有一家旱冰场，而且由于人员繁杂等原因有73.3%的同学很少去或几乎没去过。此外，调查结果还显示有83.5%的同学赞成在校内开办一家旱冰场。工程的师生数量在8000人左右，南院的学生搬过来，加上城西安置小区和安全分校市场空间情况更为可观，年轻人喜欢挑战自我溜冰活动盛行，现在的大学生时间很多，有些人会觉得无聊，溜冰可以让他们打发无聊的时间，重新树立自信心，现在的电脑用户比较多，天天呆在寝室里不怎么注重户外运动，我们可以借此来给他们找回自信心，由此看来，我们的客源市场是非常大的，而且本着高质量，人性化服务的原则，可进一步开发更广大的潜在市场，前景比较乐观。

第二部分：创业思路

1) 优势：销售、经济、技术、管理、政策等方面的优势力。如：有很好的发展空间，学校也支持大学生自主创业，管理也比较轻松。

2) 劣势：销售、经济、技术、管理、政策(如行业管制等政策

限制)等方面的劣势力。对于溜冰场,有很多的竞争者□kyv□网吧,电玩城等,其中网吧的实力。开一个溜冰场需要的空间场地比较大,选址要合理。

3) 机率: 市场机率与把握情况。在星沙地区没有几个,机电有一个,生意还可以,就是地板老化很严重,设施不太好。

4) 威胁: 市场竞争上的威胁力与风险因素。的威胁是溜冰场越来越高档化,大城市以具备以溜冰为主的娱乐城,而且,有些已经采用真冰溜冰场,花费和护理场地较高。

综上所述: 如何扬长避短,发挥自己的优势力,规避劣势与风险。作为大学周边的溜冰场不需要很大的场地,地板只需采用木质或水磨的就可以啦。对于溜冰可以与大学生溜冰协会合作,增加知名度。招聘人员可与大学生勤工俭学合作。

第三部分: 对于溜冰场的具体规划:

1) 选址问题。我们从工程的实际情况出发,可选择在一食堂四楼原有场地上,远离学生宿舍区和教学区,不会影响到同学正常的学习和生活。此外,大家来这里也相对比较方便,可进入性强。

2) 市场定位。由于大家主要是因为外面的旱冰场人员太杂而不去或很少去,但外来人员的流入是不可避免的,而旱冰场仍以工程的校内学生,教职工及其子女,和周边一些的学生以及城西安置小区的儿童为主流市场。

3) 整体布局,溜冰场面积大约700平方米。地板用棕色的木质地板条铺设,墙壁饰以简单的溜冰动作画面。吊顶,以滑冰区的天花板中心为圆心,4米为半径画圆,将此区域用玻璃吊顶呈圆拱状,在下方配一盏旋转彩色射灯,四周再安装一些七彩射灯,造成一种梦幻的灯光效应,注意,灯光不应太亮或太暗,而且跟随音乐的劲暴与柔和可变换。冰场的护栏用

不锈钢做，在场地内有供滑冰者休息的简易看台，此外在左方的滑冰区还有一段波浪型滑坡设计，供滑冰高手使用或表演，我们会在入口处用明显的标志牌指明。