# 2025年芳草湖农业产业化总结[5篇范文]

来源：网络 作者：清香如梦 更新时间：2025-07-05

*第一篇：2024年芳草湖农业产业化总结二〇一四年芳草湖农场农业产业化工 作 总 结二〇一四年十月二月十日芳 草 湖 农 场2024年芳草湖农场农业产业化工作总结2024年农场在兵师党委的正确领导和关怀下，全面贯彻落实师市党委十届四次全委（...*

**第一篇：2025年芳草湖农业产业化总结**

二〇一四年芳草湖农场农业产业化

工 作 总 结

二〇一四年十月二月十日

芳 草 湖 农 场

2025年芳草湖农场农业产业化工作总结

2025年农场在兵师党委的正确领导和关怀下，全面贯彻落实师市党委十届四次全委（扩大）会议精神和农场党委八届四次全委（扩大）会议精神，围绕“稳粮、减棉、兴畜牧、强特色”的整体思路，加快推进农场农业产业化发展和农业结构战略性调整步伐，农业产业化工作取得了一定的成绩，下面就今年的农业产业化工作总结如下。

一、2025年农场农业经济发展情况

2025年，农场一二三产增加值预计31.2亿元（其中：一产10.8亿元、二产9.89亿元），较2025年的25.39亿元（其中：一产9.45亿元、二产9.01亿元）增加5.81亿元，增长22.9％。

二、农场规模型涉农企业生产经营状况

农场现有规模型涉农企业近16家，其中农业产前服务企业7家，农产品加工企业8家，农产品储存贸易企业1家。2025年规模型涉农企业增加值1.58亿元较2025年的1.48亿元增加0.1亿元，增长7％，2025年实现利润3160万元较2025年的2900万元增加260万元，增长9％。

（一）、产前服务企业

1、芳草湖益民塑化有限责任公司，主要以生产地膜、节水管材及毛管为主，2025年由于市场竞争激烈，生产销售收入较2025年略有下降，利润机经济效益略有下降。

2、芳草湖绿芳种业有限责任公司，2025年下半年被农六师准噶尔种业兼并进行资产重组，由于市场竞争激烈，生产和销售能力较2025年、2025下降明显，经济效益明显下滑。

3、呼图壁芳草湖瑞祥肥业科技有限公司，是一家生产规模较小私营企业，2025年未生产销售肥料，较2025年的1000吨减少较快。

4、呼图壁城和农业发展有限公司2025年建厂设计生产20000吨滴灌肥，2025年开始投产，由于市场竞争激烈，2025年生产销售200吨，经济效益一般。

5、新疆新祥肥业科技有限公司，2025年生产1000吨与2025年相当，经济效益一般。

6、新疆友和生物科技有限公司，2025年年生产销售120吨较2025年的70吨增长50吨，生产销售额增长较快，但生产销售规模较设计生产能力还较小。

7、呼图壁县芳草湖准噶尔农资有限公司，由于农场农资市场竞争激烈，2025年实现销售收入5887万余较去年7370万元减少1483万元，实现利润40万元，与2025年相比变化不大。

（二）、农产品加工企业

1、新疆五家渠中基番茄制品有限责任公司在芳草湖有天湖、天海、芳草湖三家分公司，合计设计生产能力为7万吨番茄酱，年需要原料50万。2025年收购番茄总产24.8万吨较去年的14.37万吨增长10万吨，生产番茄酱3.4万吨较2025年2万吨增长1.4万吨，由于国际市场番茄酱回暖，经济效益较2025年明显好转，经济效益增长较快，预计2025年番茄种植面积将进一步加大，生产加工能力继续增长。

2、新疆动力源生物科技有限公司，2025年建设的年产5万吨酒精、9万吨高蛋白饲料项目，2025年生产酒精4.4万吨比去年3万吨增加1.4万吨、生产饲料4.5万吨较2025年减少0.5万吨，实现工业产值42000万元较2025年36000万元增加6000万元，实现增加值5500万元较2025年的4800万元，实现利润2500较2025年2200万元增加300万元。

3、新疆天裕酿酒葡萄有限责任公司芳草湖分公司，由于农场2025年收购原料6200吨较去年的3500吨增加近一半，预计实现利润较去年增加。

4、新疆呼图壁芳草湖万维纺织有限公司，由于今年投资进行设备技改更新，淘汰全人工设备改为半自动设备，达到降低人工成本，提高效益目的。2025年生产能力与2025年相当，经济效益与去年相当，实现利润250万元。

5、新疆芳草湖万祥化纤有限公司，由于市场疲软、价格下降，生产销售能力下降较2025年减少30%，实现利润也较去年明显下降。

6、新疆新光油脂有限公司芳草湖分公司，设计加工能力10万吨，预计2025年加工6万吨棉籽比去年的7万吨减少1万吨，由于市场波动，原料棉籽价格较高，加之企业只销售大桶棉籽原油，没有分装销售，销售价格一般，利润较低，略有盈余。

（三）、农产品流通企业

新疆招商梅花物流有限公司，设计储存玉米15万吨，2025年实际储存8万吨与2025年相当，经济效益与去年相当，依旧处于亏损状态。

三、2025年农场农业产业化工作主要措施

1、农业以主导产业为中心，资源配置偏重于优势主导产业棉花、番茄种植，为涉农企业提供充足的原料供应。一是坚持“以水定地、控制总量、定额管理”的原则，按作物配水，退出低产田，着重在主攻单产、降低成本、提高单位面积效益上下功夫。二是采取调优品种、科学种植、注重品质、机械采收等措施，提高农业抗御自然灾害的能力和灾害天气稳产、高产的能力。

2、健全农场经营管理的各项规章制度建设，完善农业社会化服务体系。加大对农业基础设施的投资补贴力度。重视酿酒葡萄管理，加快酿酒葡萄管理机制改革。转变葡萄管理体制机制。为改变干部职工种植酿酒葡萄的积极性不高，连年亏损的局面，今年酿酒葡萄的管理实行承包经营全额费用自理，农场不再投入资金。当年落实承包面积24795.7亩，有4248.4亩由连队公管。今年是酿酒葡萄推行费用自理的第一年，种植户工作积极性有明显提高。葡萄管理各项技术措施的到位率和时效性显著提高。职工增收、农场减亏成效显著。推行费用自理后，农场不再投入物化成本和发放管理工资，今年只是对4248亩连管葡萄园投入了物化成本，仅物化成本和管理工资，农场实现减亏4200多万元。

3、抓好农场合作社建设工作。农场2025年初下发《关于加快推进农工农业专业合作社注册、登记工作的通知》文件，积极鼓励职工成立以种植业、林果业、养殖业；农产品销售、加工、贮藏、运输；农业休闲观光和乡村民俗旅游；农工家庭手工业；农业技术、信息服务；农业机械作业服务等为重点的各种农业专

业合作社。目前全场已注册农工专业合作社99个，有专业养殖合作社86个；苗木果蔬合作社7个；农机合作社6个。

4、立足于农场主导产业，加大招商引资力度，加强对农业龙头企业及合作社的扶持。

2025年，农场招商引资企业两家，呼图壁县富达粮油加工有限公司、呼图壁县盛鑫薯业有限公司，富达粮油加工有限公司计划投资2980万元，今年已投资530万元，预计明年生产，盛鑫薯业有限公司今年投资260万元，当年实现产值100万元。

四、农场农业产业化发展遇到的问题和困难

1、农业产业化水平有待于进一步提高。农场的农业产品质量标准不高、市场竞争力和抵御市场风险的能力不强，产品附加值相对偏低，企业发展水平不高，农场具有较强带动能力的农产品精深加工龙头企业数量较少，企业产业链较短，农产品加工程度低、以生产原材料为主产品附加值较低。

3、二三产业发展相对滞后，种植业内部结构调整不合理，畜牧业、果蔬业比重还是偏低。农业种植仍以棉花为主，园艺业及畜牧业发展规模及数量较小，抗风险能力较弱。

4、信用观念不强。现有的农产品加工运销企业和农户等产业化经营参与各方，合作思想、协作意识、诚实守信观念还十分淡薄。

5、合作社建设工作。农场合作社建设刚刚起步，配套政策还不完善，管理不规范，发展不平衡。许多干部、职工对合作社组建、管理知识还不太了解。

五、2025年农业产业化发展的一些打算

1、紧紧依托农副产品加工龙头企业，着力在为龙头企业配套生产基地上下功夫，突出发展农副产品精深加工业。加强农业基础设施建设，做好高标准农田建设，优化农机装备结构，加大农产品加工企业扶持力度，优化人才结构、完善农业社会化服务体系，加大农业科技的推广应用，积极鼓励和提倡农场种植户专业合作组织及中介组织的发展，推进农场农业产业化发展。

2、加大对农产品加工企业扶持力度。坚持“扶龙头”、“引龙头”相结合，继续加大对龙头企业发展的扶持力度，从政策、资

金、项目、基地等方面给予全方位支持。加快建设农产品市场体系、农业信息体系、农产品质量标准及监测体系和农业执法体系。鼓励和提倡农民利用土地使用权、产品、技术和资金等要素入股，采取股份制、股份合作制、合作制等多种组织形式与龙头企业形成利用共同体。

3、加强和规范农场农工专业合作社工作

切实加强农工专业合作社登记的指导范围工作，加强法律法规的宣传和培训工作，认真落实国家扶持农工专业合作社的有关政策，正确把握和处理农工专业合作社与团场经营管理体制的关系，积极探索“连社合一”运作模式，引导龙头企业与农工专业合作社有效对接，加强农工专业合作社规范化管理和指导服务，加强农工专业合作社市场开拓能力建设，开展农工专业合作社示范社创建工作。

**第二篇：2025农业产业化经营总结**

贵州华力农化工程有限公司

2025年农业产业化经营工作总结

2025年，在省地市党委政府和农业产业化主管部门的大力关心和支持下，我公司加快推进农业产业化经营工作，在农业标准化推广建设、市场开发和优化产品结构、加强与基地、农户的利益联结等方面做了大量的工作，公司生产、销售稳定增长，效益得到进一步提高。现就我公司本农业产业化经营工作总结如下：

一、强化内部管理，紧抓市场开发，优化产品结构。

作为贵州省农业产业化经营重点龙头企业，要想取得大的发展，真正起到龙头带动作用，必须强化内部管理，建立一套符合企业发展的管理制度，打造一支过硬的生产经营团队。因此，在工作中，我们逐步规范了企业管理制度。在管理上，着力打造一支思想素质好、业务水平高、工作能力强的管理队伍，使管理水平和工作效率得到进一步提高，从而保证了企业的健康、快速发展，为农业产业化工作的开展奠定了基础。

今年，我公司建立了以财务管理为中心，以销售管理为龙头的经营机制，以市场营销工作为重点，组建了一支作风顽强，能力突出的营销队伍，初步实现以销定产的生产经营模式。经过一年来的努力，我公司已在贵阳、重庆、武汉、广州等地打开了市场，“华力葛根精粉”、“苗家红薯粉”等产品已为大部分消费者所接受，市场营销工作

1初战告捷。

在开展营销工作的同时，根据市场反馈的情况，我公司今年不断优化产品的结构，形成葛根精粉、红薯全粉、烹饪粉丝、方便粉丝等四个产品系列，26个单品的产品格局。

二、农业标准化建设初见成效，并顺利通过验收。

按照《国家农业标准化示范项目目标考核评价表》和《国家农业标准示范区任务书》的要求，铜仁地区优质高产薯类生产标准化示范区建设领导小组统一部署，2025年各县（市）参加项目实施的单位、企业和广大农户，围绕示范区建设目标，加大标准实施力度，积极开展工作和实践标准化生产、加工，顺利地完成了计划，并于2025年10月12日，整个示范区项目顺利通过我省专家组的验收。

2025年红薯生产标准化示范区全年共兴办标准化育苗基地161.5亩，核心示范区10842亩，示范区105126亩，分别超计划7.7%、8.4%、5.1%。标准覆盖全区5个县（市）44个乡镇138个行政村，计54348户。通过努力，项目实施同前三年的平均状况相比，示范的综合效果从质和量的整体水平上有了明显的提升，实现了年初预期的示范区建设目标。

三、强化与基地、农户的利益联结，带动薯农增收。

在产业化经营中，我们与农户结成了利益的联合体，在保证红薯原料质量的前提下，为我们提供了充足的原料来源。作为农户，他们的农产品不但在销路上有了充分的保障，并且在享受技术指导等种种服务的同时，还在销售价上得到了实惠，使企业与农民突破了单纯的买卖关系，建立目标一致，分工协作，优势互补，利益共享的产业合作关系，使生产和加工联结成一个有机的整体。

高淀粉红薯原料基地建设，实行“统一供种、集中育苗、发苗到户、规模种植”的办法，我公司筹资170万元，统一购买种薯150万公斤送达集中育苗点，按标准化育苗，定量发放到附近与公司或水淀粉加工点签定原料收购合同的农户，在收购原料时再按薯苗发放的收据扣回垫付的购种费和运杂费。同时通过提高红薯原料收购价格，由去年的500元/吨提高到700元/吨，提高了农民种薯的积极性，农户自筹资金购买投入的自觉性普遍增强。

华力公司作为省级农业产业化经营重点龙头企业和国家扶贫龙头企业，积极发展“订单生产”，实行合同收购，使“龙头企业+专业协会+农户基地”的运行模式有所巩固和深化，让农民放心发展红薯生产，通过产销衔接实现“双赢”。华力公司投资建设并由能人承包的7个水淀粉加工厂（布局在思南、德江、沿河三个县），按照农户自愿的原则和合理的价格，同附近示范区农户签订原料收购合同，既方便群众销售，又节约了运输成本，把收购的鲜薯初加工后再运到公司销售，推动了产销衔接的实现。

通过加强农业标准化推广工作和市场营销工作，我公司在2025年取得了预期的成绩。公司按照标准化要求，在产后加工环节加强一线员工的技术培训，继续严格执行生产过程的管理制度，认真执行企业产品标准，保证了全部加工产品的质量安全，产品经省、地质检部门检验，均为合格。

公司全年共生产红薯精制淀粉5168吨，红薯烹饪粉丝1871吨，红薯方便粉丝2518吨。今年投资865余万元建设的年产5000吨变性淀粉生产线和投资1250万元的年产6000吨红薯全粉生产线已于年内建成投产。全年销售收入6000.71万元，上缴税金241.23万元，实现利润838.33万元。全年共发展红薯种植面积7万亩，带动农户38000户，农户增收总额12673万元，户均增收3335元。

二〇一〇年十二月三日

**第三篇：农业产业化经营总结2025**

农业产业化经营总结

近年来，公司紧紧围绕可持续发展和做大做强农业产业化龙头的战略要求，秉承“以市场为导向，以质量为生命，以科技为动力，以诚信为根本”的宗旨，“惠及三农”的经营理念，内联农户，外接市场，挑战危机，努力实干，取得了显著的成绩。

一、公司基本情况

荆州市离湖禽蛋有限公司创办于九十年代中期，因地处屈子赋骚地——监利离湖而命名。多年来，在各级领导的大力支持下，公司坚持“诚信为宗旨、科技为动力、扶农为基础、创优为前提、双赢为目的”的理念，经过十多年的发展，现拥有蛋鸭繁育、养殖基地、孵化厂、饲料厂和禽蛋加工厂等下属企业，是荆州市畜牧局荆江鸭保种场、湖北省农业科学院畜牧兽医研究所高产蛋鸭试验基地、湖北省科技厅“十一五”重大科技攻关项目蛋鸭品种改良试验基地，国家现代水禽技术体系武汉综合试验站建设依托单位、农垦农产品质量追溯项目建设单位。2025年通过湖北省无公害畜禽产地认证，2025年获得绿色食品证书；2025、2025、2025、2025年连续荣获省、市守合同重信用企业称号。2025年被农业发展银行荆州市分行授予A＋级信用等级企业，2025年被农业发展银行湖北省分行授予AA级信用等级企业。

种鸭场占地面积225亩，建有鸭舍30栋，2025年，荆江鸭种鸭存笼10万只，年选育推广荆江鸭高产配套系商品鸭苗500多万只，加工禽蛋8000多万枚。

二、公司经营情况

今年统计数据反映，公司总资产6379万元，固定资产3287万元，销售收入12385万元，实现利税总额898万元。主营产品的产销率为99%，产品竞争力居于同行业领先水平，禽蛋市场占有率达90%。银行信用等级为AA级。

在农业产业化经营中，公司积极实践科学发展观，按照“公司+基地+农户”的产业模式，谋求公司与鸭户共同致富的路子。

三、带动农户情况

今年上半年的鲜蛋价还是令人比较满意的，可是最近两个月的鲜蛋价有所回落，并没有影响养鸭户养鸭的积极性。今年带动周边养鸭农户1万户，以每家种10多亩棉花或水稻，养500—2025只蛋鸭为例，劳动强度不是很大，场地也不需要很大，但利润非常可观，带动农户增收9700万元。公司还主动将鸭苗投放到农户，让农户放养60-90天以后，公司统一回收对外销售，2025年，共回收销售青年鸭100多万只，为青年鸭培育农户增收2025多万元。公司给农户提供了2025多个就业岗位，并带动了运输、餐饮、旅游等的发展。

四、技改、基点建设情况

1、种鸭场。①新建5个雏鸭、青年鸭舍棚，并对7个鸭舍进行了整修。②对4个高产鸭棚进行防风保温的维修。③道路了全都铺上了石子。④所有棚舍的水池、化粪池进行了彻底的清理和扩建。⑤并

对个别棚的运动场地进行了改造。⑤新建一栋笼养鸭舍。

2、①饲料厂。13间637平方米的车间全部改建成集制粒、冷却、库容一条龙的生产线。

3、孵化厂。新增一台发电机、21台孵化机、新增厂房875平方米。

4、蛋品加工厂。新增一台喷码机，对蛋品加工车间进行了全方位的装修、厂内的道路全铺上了水泥路并在道路两旁修建了花坛、下水道及排污池进行了彻底的清理和修建。

五、公司产业化发展规划

我公司积极响应市委、市政府关于“建设人水和谐城市，推动荆州科学发展”的总体部署号召，充分发挥荆州水禽产业比较优势，以繁育良种蛋鸭为重点，以服务养鸭事业为己任，按照《荆州市现代水禽产业发展规划》，到十二五期末，荆江鸭种群要达到20万套，而目前只有10万套，公司规划2025年达到14万套，2025年达到18万套，2025年达到20万套。并把离湖禽蛋、荆江鸭打造成全国知名品牌。离湖种蛋鸭优良品种覆盖荆州乃至湖北占一定比例。坚持农业产业化发展方向，促进公司农户松散性合作向紧密性经营转变，扩大公 司的带动面，不断地开发外向性经济，不断地谋求可持续发展、做大做强产业化龙头。

荆州市离湖禽蛋有限公司

2025年12月18日

**第四篇：农业产业化**

磐石乡创新举措服务于农业产业化发展

一、摸清家底，全方位掌握人才资源。

对全乡127名“土秀才”、“田专家”分门别类登记造册。

二、不定期召开座谈会，畅谈家乡产业化发展前景，定好发展方向。认真听取相关专家对草莓、西瓜、柑橘、蔬菜种植方面的建议，打造特色农业，形成一村一品；一乡一色。

三、专家授课，提高村民科学素质。

认真开展授课活动，由土秀才，田专家讲解相关种植技术的要点；授课地点：形式多样（集中授课，田间讲解，亲身示范）；全乡村民在127名土秀才，田专家的帮助下，1300户村民致富效果明显，其中新增草莓950亩，西瓜980亩，柑橘1500余亩；人平增加528元。

四、关心人才，关注产业化发展方向。对暂时生活困难的土秀才，田专家每年解决800-1000元的补助，带动村民致富的专家奖1000-3000元。今年加大了农业投入，新增大棚蔬菜1200亩，新增种类10余种，形成了5个专业村，6个专业合作社。

五、政策扶持，资金支撑。积极争取农业资金53万元，对表现突出的专业合作社、专业村予以奖励。

**第五篇：农业产业化**

浅谈品牌农业的发展思路

雷军说过：极致、专注、口碑、快，把产品质量做到极致让使用价值得到最大发挥，这样消费者就会不约而同的认同了。做农业亦是如此，农业属于基础性行业是动植物生命的繁衍，受生物规律和自然气候条件的根本制约。农产品独特的生物属性和商品属性决定了其在流通上与工业品不同，在资金流转方面，工业固定投资与流动资金的比例可以是8:2，而农业则需要2:8，因为农业的季节性和周期性很强，原材料占款和储藏成本也很高，流动资金的周转速度明显慢于工业，所以必然形成流动资金的大量占用。农业的长周期对流动资金的占用是惊人的，很多农业企业因为资金链跟不上而困死在即将结出硕果的黎明前，让人惋惜不已!但农业却是最可永续经营的产业，是人类无论如何也离不开的基础产业，是永远不过时的朝阳产业。

一、选择产品进行定位

“橘生淮南则为橘，生于淮北则为枳”。自然环境的属性决定了农产品品质的根本，而农产品的独有性基本决定了农产品区域品牌的定位和不可复制性。

其实做农业的根本问题就是卖什么？选择卖什么也就决定了产品定位、客户定位和农业企业的长远发展。

案例：以益海嘉里为例，上世纪80年代，国民还喝着杂质多、油烟多、卫生安全无保障的散装食用油，谁也没想过去搞一个质量好品质有保证有品牌的小包装油。益海嘉里抓住了机会，和中粮合作，于199

1年推出了小包装油品牌“金龙鱼”。此后，金龙鱼食用油品

牌一直以绝对优势稳坐小包装食用油行业第一品牌宝座，为益海嘉里带来了滚滚财源。2025年，益海嘉里开始将目光转移至与生活息息相关的另一粮油领域——大米。一直以来，大米加工行业至今“小、散、低”的状况相当突出。于是，首个大米加工厂在“米仓”的黑龙江佳木斯落户，此后，同样名为“金龙鱼”的优质大米开始出现在全国市场。三年后，益海嘉里的大米加工厂在全国开花。

益海嘉里是把已经存在消费者心智中的零散认知，进行拼装整合，打造出并满足了消费者内心的真实需求，赢得了客户的认同，是定位案例中的典范。

二、工业与农业的千差万别

很多农业人把投资概算照搬工业上的“重资产轻流动”模式，以为把初始投资重点用在征地、建场和买设备上就行，少量流动资金就能运转，结果情况远非如此。像生猪已经是现代农业产业中周期比较短的，但依然需要6个月的周转时间。而且这个周期内，猪没有长成，不能送屠宰场，也就是这个周期内没有回款，只有一味追加流动资金。而工业产品至少还能边生产边卖，或者低价处理一部分产品救急，农业没有办法。农业是活的生命的生产，工业最差的情况下可以因为流动短缺，把生产线暂停，而农业连这个最差的情况也不行，动植物均按自己的生物规律生长，停不下来。

在工业和农业的融资方面，农业更是难上加难。工业的用地是国有土地，取得使用权，就可以抵押贷款；还有工业的厂房、产品、机器等都可以抵押，缓解流动资金的困局有多种通路。但农业就不同了，首先农地是集体所有，农业企业如果流转农民的土地，只能取得农村集体土地的经营权，是不能抵押贷款的；其次，农业企业所经营的牲畜、树木、农作物等，也是不能抵押贷款的，所以养殖业里有句笑话叫“家产万贯，带毛不算”。

三、打造农产品品牌要“慢火炖老汤”

“慢火炖老汤”这个词是强调品质，强调稳定，是告诉消费者农作物生长周期慢，企业扩展规模慢。慢总是有慢的道理，只有长时间建立起的商业平台才能短时间内不被竞争，只有小范围、小规模才能做到精致，才能做好品质。

品牌农业刚开始不应该做规模效应，应该把品牌效应做出来。小而美、专而精是品牌农业的核心，做品牌农业由不得作秀，必须步步为营，稳扎稳打。在打造品牌过程中要有完善的投资思路和良好心态，切忌追求投资回报率把有限的资本相对分散，很多农业企业在打造品牌的过程中缺乏连续性，频繁更换经营品类，这样很难培养出自己稳固的客户群，把自己推广的品牌拱手让给了其他企业。

农产品品牌打造过程中一定注意两个方面：一方面，差异化，或是产品品类或是产品品质或是产品口感，一定要凸显差异性才能获得消费者关注;另一方面，品质，当前国内民众消费能力有一定提升，从长远发展角度来看品质始终如一非常重要。

四、怎样做好上游链条的有效管理

在农业领域，行业中各利益相关者特别难搞掂：上游供应商多为高度分散的农民，诚信意识不佳;下游消费者品牌忠诚度低、价格敏

感度高。由于农产品的价格波动大，农民往往在农产品价格高时卖给出价更高的买家，而在价格低迷时要求企业履行协议以保证其收益。相关法律手段很难对违约农户进行有效制约，怎样锁定与农户的关系，尤其关键。对应办法就是：加大对农户违约后所受到的经济和精神惩罚的风险，同时以较稳定的利润吸引农民，以及用质量提升下的超产奖励来激励农民，通过长期稳定的契约关系来锁定与农民的合作。

五、流通渠道和营销推广

目前农业来说真正有价值的渠道是做中档农贸市场（高端不高价的品牌蔬菜），在找到匹配的市场商户，将其摊位包装后一下子体现出了低端不低档的终端形象（让菜贩成为代理商）。让消费者看到包装后的商品，而不是一个初级农产品，抓住他们的心智。占领了这个农贸市场，其实就是抓住了中端农贸市场的高端产品。当然，要攻赢这个市场不仅需要资金支持，更需要土地资源和人力成本，还得有更多的品类。很多企业太过理想化且不务实，喜欢在推广上找概念，把定位束之高阁，唯信奉高端高价标杆。殊不知，企业只有活下来才是王道。为什么这是一块蓝海市场呢?其一，依据“先挣容易钱”的理论，在多数人里淘少部分人成为客户，而不是在少部分人群里淘出多数人成为客户，在农贸市场只要用心做服务，就会很快在绝大多数人中产生好口碑;其二，找到一个大到足以赢利但又小到无法引起竞争者兴趣的细分市场，农贸市场就是这样的一片蓝海。

在营销推广方面，根据自身特点和市场承受能力，线上做精准投放，线下营销通过农场会员活动和社区活动进行，比如在农场组织

活动，会员在周末可以参加，类似农家乐，让他们体验和感受有机;社区活动针对企业用户，给他们的员工做营养课程培训等。

六、打造农业O2O

做农业O2O要拉潜在客户入群，实时更新产品情况，强调新鲜：提倡“吃当季、吃当地、吃当天”（区域品牌最好的广告）;软文要有强烈的现场感：强调可视化营销，用各种能够为产品加分的图片强调现场感;重视文字：每一篇博文都做到言之有物，根据不同需要有所侧重，充满各种刺激，尽量站在顾客角度考虑;促销很牛：每一篇促销博文不仅在时间、数量上做足功夫，文字可读性也非常强，让顾客充满紧迫感。不要尝试去解决客户的所有问题，而把注意力聚焦到一个点上。点越小，压强越大，不论有多少资源，只要聚焦于一个合适的点上，就能实现单点突破。

单点突破的专业容易赢得客户认同;

单点突破容易产生相对的规模效应，节省成本;

单点突破有可能在短期内实现盈利。

七、农业的行业延伸

农业是一条复杂的链条，田间管理都是需要很多技术的，都是一个复杂的系统工程，都有很多事情可做。比如说一个电脑，有做硬件的，软件的，操作系统的，游戏的，都有很多事情可做，绝不是说我们看见的最后把电脑送给我们的那个人他是做电脑的，所以也不是说硬着头皮养牛或者种水稻的就是做农业的。农业设备，第三方服务

型公司，租赁公司，水利设施等都属于农业的范畴，也都是做农业的机遇所在。

农业看似入门易实则门槛高，高在农业是要求全流程细致化的行业，需要大量的经验和积累，不是每个人都可以在这个行业随随便便成功。新农业的未来有两个，一个是高端的精品农业，一个是解决了旧农业问题的规模化农业。

总而言之，做农业不能是一个好创意听上去很棒，还需要1，2，3，4，5步才能去执行，具体需要1，2，3，4，5种不同类型的条件和资源，有可能会遇上1，2，3，4，5等不同问题，可以采取1，2，3，4，5种不同的解决方法。得知道创意可能有什么缺陷，执行起来有什么困难，也能知道采取什么的修正措施，事情怎么干，资源哪里找，这样才叫谋定而后动，才叫有备而来。

2025年6月6日于马牧集

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！