目 录

[简 介 - 1 -](#_Toc385858227)

[第1章 项目简述 - 3 -](#_Toc385858228)

[1.1 项目概况 - 3 -](#_Toc385858229)

[1.2 市场定位 - 3 -](#_Toc385858230)

[1.3 创意来源 - 4 -](#_Toc385858231)

[1.4 财务分析 - 5 -](#_Toc385858232)

[1.5 组织结构 - 5 -](#_Toc385858233)

[第2章 市场机会 - 6 -](#_Toc385858234)

[2.1 行业背景 - 6 -](#_Toc385858235)

[2.2 目标市场 - 7 -](#_Toc385858236)

[2.3 市场竞争环境 - 8 -](#_Toc385858237)

[2.4 市场机会分析 - 9 -](#_Toc385858238)

[2.5 市场需求分析 - 10 -](#_Toc385858239)

[2.6 项目特色分析 - 11 -](#_Toc385858240)

[第3章 发展战略 - 13 -](#_Toc385858241)

[3.1 项目的领先性 - 13 -](#_Toc385858242)

[3.2 运营管理 - 13 -](#_Toc385858243)

[3.3 主要合作伙伴 - 13 -](#_Toc385858244)

[3.4 经营困难分析 - 14 -](#_Toc385858245)

[3.5 发展计划 - 16 -](#_Toc385858246)

[第4章 营销战略 - 17 -](#_Toc385858247)

[4.1 市场分析 - 17 -](#_Toc385858248)

[4.2 主要竞争对手调查和分析 - 17 -](#_Toc385858249)

[4.3 主要竞争对手的客户群及定位分析 - 18 -](#_Toc385858250)

[4.4 优势与劣势 - 18 -](#_Toc385858251)

[4.5 销售策略 - 18 -](#_Toc385858252)

[第5章 财务分析 - 21 -](#_Toc385858253)

[5.1 项目总投资估算 - 21 -](#_Toc385858254)

[5.2 融资方案 - 22 -](#_Toc385858255)

[5.3 企业未来的营业利润 - 22 -](#_Toc385858256)

[5.4 利润表 - 24 -](#_Toc385858257)

[5.5 资产负债表 - 24 -](#_Toc385858258)

[第6章 管理体系 - 25 -](#_Toc385858259)

[6.1.企业性质与形式 - 25 -](#_Toc385858260)

[6.2.部门职责 - 25 -](#_Toc385858261)

# 简 介

体验式咖啡馆是由福州职业技术学院管理系**朝阳创业团队**提议创立，其目标客户群定位为大学城周边的年轻群体，主要对象为福州职业技术学院的在校师生。

体验式咖啡馆的经营特色在于“体验”二字，它和传统的咖啡馆存在着很大区别，传统型咖啡馆仅是提供了一个休闲的场所，而体验式咖啡馆则是在普通咖啡馆的营业模式下，以制作体验为媒介，交互式的经营模式给顾客一种轻松自主消费体验。体验式咖啡馆本着提升专业技能和服务我校师生的原则成立，将举办一些咖啡、蛋糕类制作体验课程和交流会，英语角，气味图书角，电影日，咖啡文化赏析等各种交流体验活动来吸引顾客。体验式咖啡馆是将各种兴趣融为一体，适合不同兴趣、不同爱好的顾客来丰富闲暇生活。

体验式咖啡馆还将诚邀相关专业的同学们来店内实习，更好的促进学生技能实践能力的提高。后期还将打造成第二课堂实践基地，为广大学生提供更多的便利。通过实践，他们能够把在专业课中所学的冲泡花式咖啡，烘培西式糕点、西餐经营管理技能发挥在我们的小微企业中，做到知识与实际相结合。俗话说：“实践是检验真理的唯一标准，”现在我们就是在用我们的实际行动来证明我们在大学所学的知识。

体验式咖啡馆是一项具有可行性的项目，它的构想不仅与我们的专业相结合，而且还为我们提供了实践的平台，不仅可以加强我们的专业技能培养，而且还能给我们提供一个实践的平台来加强我们的动手能力，为我们的社会实践积攒更多的经验。 对于咖啡馆的相关业务，我们在课程学习中有所涉及，我们修读了服务与管理、咖啡糕点制作专业，有一定的专业知识和技术基础来支持我们实现咖啡馆运营。

同时，我们所在的系部对我们的项目也很支持，不仅有专业的叶菁老师来为我们提供技术指导，同时还有陈佳婧老师作为我们的运营顾问，负责指导我们的营销和财务管理，并且还有服务技能、冲泡咖啡技能、烘培糕点技能、花式调酒技能较好的同学来满足我们的员工需求。这些都为我们项目的顺利实施提供了可靠的基础保障，不仅体现了旅游管理专业的特色，同时也将为我们实现梦想提供了一个平台，也为其他同学的大学生活增添了色彩。

# 第1章 项目简述

## 1.1 项目概况

体验式咖啡馆是针对年轻人个性追求应运而生的新型咖啡馆，目的在于丰富我校师生的业余生活，我们将本着当今最为流行的一种时尚、健康、新潮、个性的经营主题，为顾客提供轻松、愉悦的环境和时尚DIY一站式自制屋体验服务。 体验式咖啡馆预定市场为我校和周边院校的师生，市场人数约为9000人，体验式咖啡馆在经营上主要以体验为主，适合情侣约会、好友小聚、生日派对、体验小制作、部门社团会议等场合，主要经营产品为各类DIY蛋糕、巧克力、花式咖啡，工艺茶、果汁、软饮料及烘焙点心等，为顾客带来更多的选择。

本项目已获得我校毕业生就业指导中心支持，将入驻我校大学生创业园区。

## 1.2 市场定位

体验式咖啡馆目前在大学生市场中具有明显的竞争优势，市场前景广，具有很强的可操作性。据调查，大学里这样的平台是供不应求的，因而有着巨大的市场潜力。

咖啡馆在欧美是一种社交场合，多数咖啡馆环境舒适清幽，适合三五好友闲谈小聚。如今，中国的市场上已有很多咖啡馆屋、复合式咖啡馆屋，但是对于学校里面，咖啡文化还没有形成一定规模，就大学生群体消费习惯的易养成性这一特点来说，校园咖啡馆较容易融入大学校园的人文环境，具有很好的发展前景。

就项目所在地周边市场分析，在学校周边的饮品店，只有“小甜憩”、“叭卟”一类的奶茶店，然而他们主要提供奶茶汉堡类食品，以西式快餐为主要经营模式，他们饮料品种雷同性高，配制上主要以粉末制剂调配为主，口感较差，健康度低，而且缺少互动环节，消费体验单一。

体验式咖啡馆就以休闲服务为市场突破口，力争满足我校和周边的休闲饮品服务需求。相信不久的将来，体验式咖啡店将成为福州职业技术学院校园文化的一道亮丽的风景线。

## 1.3 创意来源

咖啡馆是一种适合大学生群体消费和活动的一种休闲场所，在多数的大学校园内或者校园周边都有一两家甚至更多的咖啡馆，但目前我校和周边5公里范围内，没有咖啡馆类的店家，本项目的第一出发点是填补这一市场空白。另外，现在的年轻群体中，很多女性朋友喜欢自己动手制作一些小甜品，比如蛋糕、饼干、寿司等，但苦于那种体验店较少，自己买烘烤设备又怕闲置浪费，所以感到很惋惜，本项目的第二出发点就是提供一个场所让大家有一个交流和体验的机会。

体验式咖啡馆以上述市场机会为切入点，在常规咖啡馆的营业模式中，加入了一些时尚、健康、个性、潮流的体验活动来吸引顾客的眼球，，例如我们将开设一些文学活动来让顾客展现自己的才能，通过电影日、咖啡讲坛等来增加顾客的互动，以及各类体验活动来吸引顾客的光临。体验式咖啡馆将各种兴趣融为一体，适合不同兴趣、不同爱好的顾客丰富闲暇生活，提供一个适合大学生群体的交流平台。

## 1.4 财务分析

体验式咖啡馆是由大学生创业团队开办，享受大学生创业的税收优惠政策，咖啡馆设立在福州职业技术学院创业园区，享受“无店铺月租、年度水电减免3000元等”的优惠待遇。

咖啡馆成立初期估计共需资金10万元，由本创业团队成员集体负责筹措资金。资金主要分配：店面装修2万元，店内桌椅购置0.64万元，设备购置3.76万元，初期管理费用0.6万元，食品首批材料购置0.5万元，初期宣传投入0.3万元，其他2.2万元。

## 1.5 组织结构

体验式咖啡馆属于小微企业，初期组织结构采取直线制，企业所有权与经营权分离，实行店长负责制，下设财务部门、市场部门、技术部门、采购部门、服务部门。

体验式咖啡馆创意方案由福州职业技术学院管理系朝阳创业团队提出，创业小组成员将参与公司的日常管理与财务管理工作。创业初期，各部门部长均由团队成员担任，另聘请福州职业技术学院管理系陈佳婧老师为营销顾问，叶菁老师为技术顾问。

# 第2章 市场机会

## 2.1 行业背景

近几年来，我国餐饮业发展迅速，国家出台的一些优惠政策大大加速了餐饮行业的发展。

据了解，咖啡的消费群体逐渐成长壮大，咖啡文化正在内地城市逐渐形成，而且每年国内的咖啡消费市场还在持续扩大。虽然目前国内人均咖啡消费量与欧美国家相比还有很大的差距，但我国的咖啡市场正在以每年30%以上的速度扩大，中国的咖啡市场有着巨大的增值空间。咖啡店在以茶为主要饮品的中国初步站住了脚，进一步说明咖啡是可以被不同文化背景的人接受的。

目前，在我国咖啡行业中，比较知名的咖啡连锁系列有星巴克、上岛、米萝、迪欧、两岸、名典、老树、新岛，真锅、BLENZCOFFEE、SPRCOFFEE、COSTACOFFEE等，其中以美式风格为经营模式的星巴克规模最大。星巴克在北京、上海、深圳、广州等地设立参股或控股的推广运营机构，目前在我国内地开设的咖啡店已经超过五百家，且有发展更多咖啡店的计划。据星巴克分析，仅北京、上海这两个城市就有2000多家咖啡店的市场容量，这一调查，证明了咖啡市场具有良好的发展前景。

然而类似这些知名品牌的咖啡店，多数设立在市中心商业地带且价格高昂，不易被学生群体所接收。校园，在这需要咖啡文化却又缺少其文化的领域，开设一间咖啡馆，提供优质的服务、价格适宜，再通过各种不同的体验主题来带动校园咖啡文化的诞生，是符合了校园和市场要求的。

体验式咖啡馆作为一种校园咖啡建设，正好填去福州职业技术学院的这一空白，在独创性与领先性上占据优势，具有长远的经济效益和校园效益。

## 2.2 目标市场

体验式咖啡馆拟定成立于福州职业技术学院创业园区，其主要目标市场为在校师生及周边年轻群体。

学生：作为在校大学生，休闲时光充足的学生们，少不了三三两两的外出小聚、闲谈。根据前期的市场调查表明，学生经常选择操场、饮料吧等可以闲坐的场所小聚，咖啡馆的环境符合了学生们的场所需求，具有一定的发展空间。

教师：根据学院的作息时间，老师们在中午的休息时间相对短暂，无法满足午休条件。在午餐后仅有的40-50分钟休息时间下，教师们通常感觉苦恼，无处可去。咖啡馆是教师们不错的选择，休息的同时，点一杯香浓咖啡，既消遣了午后的闲暇时光，又能为下午的工作提神，更好的投入工作中。

体验式咖啡馆的各色自制体验主题面向全院及校周边的烘焙兴趣爱好者，为喜欢自制咖啡、自制糕点的客户提供设备场地，也为喜欢广交好友的消费者提供一个交友舞台。

## 2.3 市场竞争环境

**2.3.1.同业竞争者**

**1）咖啡馆**

已经存在于周边并且具有一定知名度的咖啡馆，由于业态相同，将会成为最直接的竞争者，且竞争力大。

**2）饮料吧**

存在于周边的饮料吧，其主要销售各种茶类、果汁、奶茶等饮品，由于消费目标一致，存在相对的竞争力。

**3）西式餐饮**

主要的目标为各类小型甜品店以及西式快餐等店面，例如：甜心小站、华莱士等。根据消费者的不同需求，形成竞争。

**2.3.2.潜在竞争者**

**1）便利店**

便利店销售种类相对多样化，同样销售各类酒水饮料、蛋糕甜点，且方便快捷，对咖啡馆形成一定的竞争。

**2）餐厅**

随着饮品市场需求的不断扩大，不少餐厅、酒店也都推出饮品服务，存在市场竞争。

**3）烘焙工作室**

不少成立于校园周边的烘焙甜品店，他们同样推出自制烘焙的主题活动，与体验式咖啡馆的主题形成冲突，存在竞争压力。

**2.3.3.代替品**

代替品主要指的是目前暂未出现，未来可能出现的竞争，例如：未来可能生产的代替部分食物的产品，以及其他体验工作室。

## 2.4 市场机会分析

**2.4.1.竞争者影响力分析**

同业竞争者：虽然同行业的咖啡店已经具有一定的客户源和知名度，但是福州职业技术学院周边并没有开创这类品牌的咖啡店，体验式咖啡馆是学校周边首家咖啡饮品店，所以在原则上，体验式咖啡馆占据绝对优势。

潜在竞争者：餐饮业中，不同的餐饮企业针对不同的市场。同样，咖啡这一行业也有其固定的市场，不会因为潜在的竞争而散失客源。

替代品：由于尚未开发可以完全代替食物的产品，所以竞争力很小。其他体验工作室，学校周边暂未出现，倘若出现，则以各种营销方式，如新老顾客优惠、活动宣传、整点半价抢购等，来吸引顾客。

**2.4.2.竞争优势**

体验式咖啡馆设立于福州职业技术学院创业园，客流量大且稳定，相对于校外的饮品店更接近学生的生活领域。由于是校内店，所以更容易赢得学生消费者的信赖，成为不二首选。经营模式上，在普通的咖啡店营业模式下，我们添加了各类贴近大学生活的主题活动，更具吸引力，让师生们在休闲的过程中，也享受到了娱乐。

## 2.5 市场需求分析

跨入21世纪后，随着中国经济的飞速增长、人们生活质量的不断提高、饮品日益多样化，咖啡逐渐与时尚、现代生活连在一起，从而带动了咖啡消费量的迅猛增长，形成巨大消费潜在市场。

80后的年轻群体，对新生事物的反应迅速，他们对外国的饮食文化感兴趣并易接受，这将促进中国咖啡市场的成熟。一份来自8大城市的调查显示，咖啡作为一种口味独特的饮品，深受青年消费者的喜爱，中年和青年人是咖啡产品的主要消费群体。随着咖啡消费群体的扩大，咖啡文化也应运而生，这在一定程度上吸引了越来越多的消费人群。

目前，福州职业技术学院在咖啡馆的设立上还处于空白，学院需要一家咖啡馆来渲染校园的饮食文化，为在校师生带来不一样的享受。

体验式咖啡馆正是在这巨大的潜在市场下诞生的，并得到了校方的大力支持。体验式咖啡馆是一家咖啡店，更是提供青年群体发挥自己的社交场所，咖啡馆将计划出各类不同的特色主题活动来满足不同兴趣的消费群体。消费者可通过查看本店每周推出的周活动表，来选择自己感兴趣的体验活动时间光临咖啡馆，相信这种特色的经营方式能够更容易地获得广大群体的青睐。

## 2.6 项目特色分析

体验式咖啡馆坚持以“体验”为特色的经营模式，主要是在以咖啡店的经营模式下，增设了消费者自主体验动手制作、小型集体社交活动等的互动环节，开放式的经营模式将更加深受消费者的喜爱。该项目具备以下几大特色：

**2.6.1.消费者亲自动手体验**

一杯小小的咖啡，一份小小的甜品，这些看似平凡的小商品如果都是出自消费者自己的手，那就会变得不再平凡。体验式咖啡馆就是通过这样一种消费方式来吸引顾客的眼球，为消费者提供一种轻松自由的消费环境。

体验式咖啡馆是专门为那些想亲手制作糕点、咖啡、花茶等却又苦于没有设备器具的群体开放，并且还会根据不同的节日来提供不同的烘焙产品，比如情人节烘焙巧克力，万圣节烘焙南瓜饼，圣诞节则烘焙一些饼干、小蛋糕等等。

体验式咖啡馆将通过各种的体验方式来为顾客提供不一样的服务，让消费者享受到别样的感觉。

**2.6.2.消费者交流互动体验**

在校内，总有那么一批人天天埋头于图书馆，去寻找文学气息，苦于无人分享，他们总是把读后感发表于自己的说说，希望能得到知音的共鸣。在中国，很多人在英语上面临一个巨大的问题，会写不会讲。最根源的原因在于，课堂学习之后，在生活中没有多说英语，导致口语得不到提升。体验式咖啡馆将通过调查了解大学生的需求将推出各种主题形式正式为他们提供交流的场所，通过一杯咖啡，来聚齐这些拥有相同兴趣爱好的人。给他们一个彼此分享的舞台，也让这些具有共同兴趣爱好的人，爱上体验式咖啡馆。

**2.6.3.校企合作**

在校园中有开展第二课堂活动，但一些体验的活动中课堂较为缺乏，该项目将计划与学校的相关专业长期合作，将其发展为第二课堂的实践基地，校园的文化店，发挥其专业性优势。店内也诚邀相关专业的同学来店内实习，加强其动手实践能力，丰富工作经验，使其更加贴近大学生的生活与学习中，为今后的就业增添一份优势，这也作为一种形式来回报校园对该项目的支持。

# 第3章 发展战略

## 3.1 项目的领先性

据调查校园内没有类似于体验式咖啡馆这样的休闲场所，我们将实现零的突破。该项目与本专业息息相关，因此我们具有较强的技术基础，并且利用我们优秀团队来实现项目运营。

我校管理系开设的旅游管理专业有开设西餐经营，咖啡与调酒等课程，我们计划与管理系合作，初期计划作为管理系的第二课堂实践基地，把自己发展为“校园文化店”，发挥自己的专业优势，提高相关技能水平，同时服务同学，给更多的同学提供一个实践和体验的机会，从而提高我们的知名度并扩大在校园内的影响度。在未来我们希望能与校方进一步合作，为其提供一些会议、座谈会等活动的接待服务，来展现我们的技能成果。

## 3.2 运营管理

体验式咖啡馆的一切事物均由朝阳创业团队的成员打理，团队拥有高素质的营销管理与销售队伍，相关技术的优秀人员。营销管理人员均受过管理专业的系统教育，具有丰富的管理经验和良好的市场意识。

## 3.3 主要合作伙伴

**3.3.1.福州职业技术学院**

体验式咖啡馆在场地与政策上得到了福州职业技术学院的大力支持，校方同意咖啡馆设立于福州职业技术学院创业园区，在学期间享受“无店铺月租、年度水电减免3000元”的优惠待遇。在学院的支持下，咖啡馆也能得到更大一步的宣传力度。

**3.3.2.管理系**

体验式咖啡馆在技术与经营方案上更是得到了福州职业技术学院管理系的鼎力支持，由管理系叶菁老师担任咖啡馆的技术顾问，管理系陈佳婧老师担任咖啡馆的营销顾问。

## 3.4 经营困难分析

**3.4.1.主要面临问题**

由于体验式咖啡馆是福州职业技术学院周边的首家咖啡馆，在运营前期将面临如下问题：

**1）价格**

消费者普遍认为咖啡是一种高消费的产品，消费水平超过他们的承受范围之外，比起周边价钱适宜的饮品店，咖啡馆将被认定为非首选目标。

**2）口味**

由于咖啡师属于西方舶来物，在校园周边又还没形成一种咖啡文化，所以在咖啡的口味上未能达到成熟的程度，消费者往往口味不一，希望品尝到适合自己口味的咖啡具有一定难度。

**3）消费习惯**

根据对校内学生市场的观察，学生普遍聚会的场所在于校门口的饮品店或者校内的食堂，这已然在无形中形成一种消费习惯。在这种习惯下，让消费者接受新兴的咖啡馆将成为一个不可忽略的问题。

**3.4.2.应对策略**

**1）市场调研**

在价格与口味方面，通过施行校园内外的市场调研，准确的了解到消费者在价位上的接受范围，以及在口味上的大致喜好。根据调研结果，在咖啡馆开业前进行调整与技术改进。

**2）与学生活动结合**

在大学生活中，学生们对学生会部门与社团的活动兴趣浓厚，这会是体验式咖啡馆的一项重点目标市场。通过与一些学生会部门社团建立合作关系，必要时可提供活动赞助，来建立咖啡馆与学生之间的相互关系，同时提升体验式咖啡馆的信誉知名度。

**3）与第二课堂结合**

福州职业技术学院在注重学生课堂学习的同时，还加强开展了学院第二课堂丰富学生的课余生活。体验式咖啡馆将计划与学院的第二课堂相结合，通过教学与实践相结合的方式，更加丰富了第二课堂的趣味性。

**4）与管理系结合**

福州职业技术学院管理系开设有餐饮行业的相关专业，每学期期末安排该专业的学生进行实训培训，由于系部实训室设备场地有限，往往出现了实训分批进行、实训时间过长等问题。体验式咖啡馆将与管理系建立实训基地的合作关系，提供设备与场地作为学生的实训基础，并从中获取相关的服务费用。

## 3.5 发展计划

**3.5.1.严于律己**

在餐饮方面，消费者更多注重的食品卫生与餐厅的卫生情况。在咖啡馆的运营期间，将严格把控卫生的保洁，坚持只有做好自己，才能服务他人的原则。

**3.5.2.加强宣传**

宣传是一个企业展示自己与增强知名度不可或缺的重要建设。体验式咖啡馆除了着重在学生活动、第二课堂等宣传自己，同时会通过制作一些海报、月报来展示店铺活动照片、店铺新品以及知识介绍等内容，分发至班级传阅。“微”平台宣传也是咖啡馆的一项重点建设，随着网络时代的成熟，网络是在校大学生不可缺失的生活领域，通过“微”平台的宣传建设，加大咖啡馆的知名度。

**3.5.3.与校合作**

为了更好的结合学院的第二课堂活动，体验式咖啡馆将在咖啡的技术提升方面有更多的投入。只有在自己拥有成熟与多样化的技术前提下，才能更好的与学院进行合作。

**3.5.4.与系合作**

体验式咖啡馆计划与福州职业技术学院管理系建立实训合作，为相关专业的同学提供实训设备与场地，通过与系部建立合作协议，从中获取服务等相关费用。

# 第4章 营销战略

## 4.1 市场分析

从网络调查和实地考查都可看出目前市场上没有或很少存在专业而且全面的体验式咖啡馆，大多因为产品单一，服务系统化，但即便是这样，他们的生意仍旧很好。且目前是对在校大学师生市场的开发期，这样一个全面的体验式咖啡馆是很有市场的。针对在校大学师生的消费心理，年轻人的购买习惯，我们这样的价优物美是必然的要求。大学城周边的市场及消费能力还有很大的提升，新式体验式消费模式是市场的新宠儿。并且求新的消费心理让顾客选择，求美的消费观也让顾客心动，求实的消费习惯又让顾客向往。

## 4.2 主要竞争对手调查和分析

目前，在学校周围开设饮品行业的以奶茶饮品店居多。

经营特点：经营模式主要以销售奶茶、果汁等饮品，以及销售汉堡、薯条、热狗等食品，方便快捷，可外带。

目标客户：在校大学生，时尚男女。

消费水平：一般人均消费18元左右，其中基本是饮料消费。

服务状态：店面服务员4名，收银员2名，服务员基本是在校生兼职，服务意识不够，未能达到客户满足。卫生服务较好，有专人负责打扫。

装修特点：店面专修简约，墙壁以暖色调壁纸为主，背景音乐为流行音乐，环境给人舒适。

## 4.3 主要竞争对手的客户群及定位分析

不论是奶茶店还是西式快餐店，其消费群体均是在校大学生，特别是一些情侣、年轻时尚男女，这种休闲场所同样也适合朋友聚会、部门社团聚会等，属于时尚休闲型消费，同时，这两类餐饮店还施行送餐制，可电话呼叫外卖。

## 4.4 优势与劣势

1、优势：体验式咖啡馆是一种新型的销售方式，它的产品覆盖面广，价格适中，市场定位的选择空间大。可操作性强，同时产品质量安全有保障。装修环境优雅，为在校师生提供一个轻松自主的消费环境。多产品可供选择，可以情侣约会、好友小聚、生日派对、体验小制作、部门社团会议或是品尝DIY蛋糕、巧克力、花式咖啡，工艺茶、果汁、软饮料及烘焙点心等亦或者按照自己的意愿设计，创造。满足生理的同时也满足心理精神上的需要。市场潜力大，可开展校企合作。启动资金用量少，员工管理方便。

2、劣势：因为是新品，消费者对该产品不熟悉，观念中认为咖啡是高消费产品，产品推广阻力大。同时由于寒暑假的原因，咖啡馆经营的淡季时间长。

## 4.5 销售策略

**4.5.1.定价依据**

根据市场兼顾成本的定价策略，根据在校对学生进行市场调查而定价，价钱的定位尽量能让70%的学生感到可以接受。根据市场的需求，真实成本，依据消费者对消费价值感和竞争对手都进行准确的分析后得出使企业利润最大化的定价。

**4.5.2.市场定位**

消费人群：在校师生、情侣，朋友聚会、部门社团活动。

以高品质、低价位的定位，给消费者带来物美价廉的全新感受。

**4.5.3.推广策略**

为了让更多的顾客能够更好的了解和认可我们的产品和服务，我们制定了如下营销计划：

在学校及周边进行传单发放，让在校的每个学生了解和知道咖啡馆的产品和服务。

1. 对于各部系的活动给予赞助，让同学们感觉到咖啡馆和他们是一家人，促使学生更多的到咖啡馆消费。
2. 在节假日举办一些互动活动，让顾客与咖啡馆融为一家，更加认可咖啡馆的产品和服务。
3. 建立会员卡和贵宾卡也是我们咖啡馆的一种营销策略，在开业的第一个周凡是前20位到咖啡馆消费的顾客，给予免费办理贵宾卡一张。
4. 个性化服务， 在桌上放一些宣传品，内容是关于咖啡的知识、故事等，一方为多位一起来的消费者配备专门的讲解人员。如果他们感兴趣，可以向他们介绍各种咖啡的名称、来历等相关知识，也可以让其参与咖啡的制过程。
5. 事件营销，学生派对、读书活动，联系学校的学生会组织，举行一些沙龙派对、读书活动，照样有利于提升品位，吸引学生和老师消费。
6. 时机成熟的时候，也可以举办一个以“咖啡和生活”为主题的征文活动。对于好的征文给予物质和精神奖励。
7. 在时间上给及优惠，凡是在周一至周五中午12点之前消费的顾客，可享受一定的优惠。
8. 对于老顾客我们会给予更多的优惠，例如：会员卡升贵宾卡的积分可以降低等。

10、凡是一周内在本店消费六次以上的顾客，我们会赠送精美礼品一份。

11、建立微信公众号、微博等网络渠道进行最新产品宣传，消费者首次关注则可领取精美笑礼品。

**4.5.4.形象塑造**

咖啡馆的形象直接关系到客人对店内的印象，也直接影响到咖啡馆的经济和社会效益。咖啡馆形象的树立应该是视觉、听觉、嗅觉等多方面形象的结合。其中视觉形象通常是最易形成感觉的，因此，咖啡馆形象的美主要表现在它的外观形象美与内部环境美两方面。通过因地制宜或人工装饰等艺术手段，使内外环境在舒适优雅方面达到有机的统一，给顾客以美得享受。

# 第5章 财务分析

## 5.1 项目总投资估算

经过初步测算，本项目总投资为10万元。其中固定投资6.4万元，流动资金3.6万元。

**表5-1 固定资产投资估算表 单位: 元**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 明细 | 单价 | 数量 | 金额 |
| 设备 | 咖啡机 | 8000 | 1 | 8000 |
| 磨豆机 | 150 | 1 | 150 |
| 虹吸壶 | 200 | 3 | 600 |
| 烤箱 | 1000 | 1 | 1000 |
| 水果榨汁机 | 500 | 1 | 500 |
| 制冰机 | 4000 | 1 | 4000 |
| 冷藏柜 | 3000 | 1 | 3000 |
| 保温柜 | 8000 | 1 | 8000 |
| 烧水壶 | 100 | 1 | 100 |
| 消毒柜 | 3000 | 1 | 3000 |
| 微波炉 | 600 | 1 | 600 |
| 呼叫器 | 650 | 1 | 650 |
| 收银机 | 2000 | 1 | 2000 |
| 投影机 | 2000 | 1 | 2000 |
| 空调设备 | 4000 | 1 | 4000 |
| 餐厅桌椅 | 800 | 8 | 6400 |
| 装修 | 20000 | | | |
| 合计： 64000 | | | | |

流动资金包括初期管理费用0.6万元，初期食品原材料0.5万元，初期宣传投入0.3万元，其他2.2万元。

## 5.2 融资方案

咖啡馆成立初期估计共需资金10万元，由本创业团队成员集体负责筹措资金。

**表5-2 项目资金筹措计划表 单位：万元**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 项目 | 合计 |
| 一 | 项目投资（1+2） | 10 |
| 1 | 固定资产投资 | 6.4 |
| 2 | 流动资产投资 | 3.6 |
| 二 | 资金筹措 | 10 |
| 1 | 项目长期负债 | 10 |

## 5.3 企业未来的营业利润

**表5-3 企业预期平均月收入情况**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **产品种类** | **数量（份）** | **单价(元)** | **金额(元)** |
| 1 | 咖啡 | 150 | 12 | 1800 |
| 2 | 甜点 | 300 | 10 | 3000 |
| 3 | 果汁 | 350 | 10 | 3500 |
| 4 | 工艺茶 | 450 | 12 | 5400 |
| 5 | 其他 | 100 | 12 | 1200 |
| 合计 |  |  |  | 14900 |

**表5-4 企业预期平均月成本情况 单位：元**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **项目** | **数量** | **单价** | **金额** |
| 1 | 服务员（兼职） | 2 | 500 | 1000 |
| 2 | 咖啡师 | 1 | 2000 | 2000 |
| 3 | 宣传费 |  | 500 | 500 |
| 4 | 营业费 |  | 500 | 500 |
| 5 | 咖啡原料 | 150 | 3 | 450 |
| 6 | 果汁原料 | 350 | 3 | 1050 |
| 7 | 甜点原料 | 300 | 5 | 1500 |
| 8 | 工艺茶 | 450 | 4 | 1800 |
| 9 | 易耗品 |  |  | 300 |
| 10 | 其他 |  |  | 300 |
| 合计 |  |  |  | 9400 |

## 5.4 利润表

**表5-5 利润表 单位：元**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 第一年 | 第二年 | 第三年 |
| 一、主营业务收入 | 149000 | 164000 | 186000 |
| 减:主营业务成本 | 84000 | 93000 | 105000 |
| 主营业务税金及附加 | 0 | 0 | 0 |
| 二、主营业务利润 | 65000 | 71000 | 81000 |
| 减:销售费用 | 5000 | 5000 | 5000 |
| 管理费用 | 5000 | 5000 | 5000 |
| 财务费用 | 0 | 0 | 0 |
| 三、营业利润 | 55000 | 61000 | 71000 |
| 加:投资收益 | 0 | 0 | 0 |
| 补贴收入 | 3000 | 3000 | 0 |
| 营业外收入 | 0 | 0 | 0 |
| 减：营业外支出 | 0 | 0 | 0 |
| 四、利润总额 | 58000 | 64000 | 71000 |
| 减：所得税 | 0 | 0 | 8875 |
| 五、净利润(亏损以"-"号填列) | 58000 | 64000 | 62125 |

## 5.5 资产负债表

**表5-6 资产负债表 单位：元**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 流动资产 |  | 36000 |
| 长期资产 |  | 64000 |
| 资产合计 |  | 100000 |
| 流动负债 |  | 0 |
| 长期负债 |  | 0 |
| 股东权益 |  | 100000 |
| 负债及股东权益 |  | 100000 |

# 第6章 管理体系

## 6.1.企业性质与形式

**6.1.1.企业性质**

企业性质为合伙小微企业

**6.1.2.组织形式**

企业初期采用纵直线式的组织形式，如图所示：

## 6.2.部门职责

**6.2.1.店长**

**主要职责：**店长负责综合协调和管理咖啡馆各部门之间的合作，对各个部门的工作进行监督，同时也接受个部门的监督，定时召开咖啡馆的决策会议，对咖啡馆的决策做出最后的决定。接受学校的监督，做好与学校的交流工作，定期向学校报告咖啡馆的发展状况，支持学校的管理工作。

**主要工作内容：**督促各部长及员工的工作,鼓舞员工的工作热情,听取员工的意见.综合决策各种工作的运行.代表咖啡馆与学校进行交流,向上反映员工的意见及要求,向下传递要求的工作。

**工作目标：**领导各个部门把咖啡馆发展为学校一个主要的学生老师休闲娱乐场所之一。

**6.2.2.行政管理部门**

**人员考核:** 从德(品德修养),能(业务知识水平,创新能力),勤(协作性,责任心,进取性,纪律性,出勤性),绩(办事效率,工作质量)四个方面对工作人员和管理层进行公平公正的考核,为奖金等奖励制度提供凭据。(1)对员工的考核，我们将指定一套指标体系.比如对于员工工作态度,我们将从事业心,进取心,责任心和真诚度等指标考察。每个指标下都有相应的几个表现层次,每个层次有对应的分数。

**6.2.3.财务部门**

**主要职责：**审查,财务预算(包括现金预算,预算资产负债,预算损益等)、业务预算(包括销售营业,生产,制造费,产品成本,营业成本,采购等)。

**（一）实行严格的财务制度：**实现损益控制的手段是通过周报表和月报表上的科目审核.审核内容包括销售额,顾客数,顾客平均消费数量,现金超收或不足,收银机的操作错误,亏损,其他营业项目,食品原料的价格,记时工作人员的工资,电费,煤气费,水费等。

周报表和月报表所反映的损益状况是由每天和每小时实际数据累积起来的,记录数据不允许有任何大的误差:

**（二）营业收入计划:**

1.确定上座率和接待人数。

2.确认人均消费。

3.编制营业收入计划：

**（三）管理目标:** 追求利润最大化,投资目标最大化,满足内部方面的利益。

**（四）人员分配：**部长一名，会计一名，出纳两名。

**（五）凭证与记录的要求：**

1.各种收付业务都要有合法的手续,齐全的原始凭证作为依据。

2.各种收入的原始凭证一律要复写,从不同的渠道汇到财会部门进行核对。

3.各种支出都要根据原始凭证填写有关报销单据(如:根据购买文具的发票,收据填写报销单.报销单据整理成册便于查帐和月,季,年度盘点,审计) 。

4.收付凭证要定期装订,派专人保管。

5.各种收付业务要及时,准确记录。

**6.2.4.市场部门**

**主要职责：**负责咖啡馆的产品宣传,促销以及促进咖啡馆与消费主体——顾客群体之间的联系。它的工作直接或间接关系着咖啡馆的形象及客流,销售情况,是个重要的部门。

**（一）市场部人员设置及职责：**

1、设部长一名，部长的主要职责：协助咖啡馆完成销售经营目标,督导员工工作;作好各部门的沟通工作;对客人对餐厅服务和食品的评价及时进行研究,调整相应对策,以便为客人提供良好的消费环境;推广销售,根据市场情况与不同时期的需要,组织讨论制定销售计划,有特色的食品及时令饮品的推广计划;参加例会,与各部门建立良好的沟通关系,互相协作,配合,保证营业工作顺利进行。

2、成员两名，主要职责：负责各种宣传海报的设计,绘画,为各种促销活动出谋划策;及时收集客户调查表并加以统计;进行网页的维修工作,并及时更新网页内容。

**（二）市场部门工作范围：**市场部的工作包括公关和宣传两方面的工作。

公关的职能是为咖啡馆营造一个有利的经营环境,保证咖啡馆的形象,从而促进产品的销售.它的工作包括：通过有利宣传与有关公众建立良好关系,树立咖啡馆良好形象;处理好与竞争对手的关系;建立客人档案,对常客及会员要求较详尽的资料,弄清客人的爱好,习惯等,保证客人满意;广泛收集客人对部门的经营服务意见;与外单位广泛联系,与外单位或个人签订消费优惠等合约。

宣传的职能是通过各种手段宣传咖啡馆形象,促进营销,扩大客流.它的工作包括:建立咖啡馆的网页并不断更新网页内容,网页的内容包括对咖啡馆的介绍,对各种风情的咖啡的系统介绍,介绍咖啡馆的各种产品,突出咖啡馆的风格,宣传咖啡馆近期动态,配合进行促销宣传计划;在各个时期规划与制定各种相应的促销宣传措施,如在节日时举办各种应节活动,在淡季策划举办比赛,有奖促销,价格促销等,在相应季节为推出的时令食品进行宣传,并在每次宣传之后做出经验总结;负责各种传单,横幅,海报的设计,绘画及张贴,派发;要及时更新广告宣传品及店内的音乐。

**6.2.5.采购部门**

**主要职责：**咖啡馆采购部系咖啡馆下属部门之一,受咖啡馆管理,负责咖啡馆所有食品原料,经营物品的采购,验收、进出物品的记录等工作,是咖啡馆正常运营不可缺少的重要组成部分。

**(一)采购部人员设置及职责：**

1、设部长一名，部长的主要职责：部长作为采购部的直接领导者,责任重大,工作不容有失,其主要负责对下发的采购清单的待购物品的近期销售情况进行充分了解,熟悉待购货物近期的市场需求并较准确地预测一段时间内(一般为半个月)的需求量,详细对待购物品的待购数量进行预测记录,作出价格预算,并将所需款项向咖啡馆财务部汇报以取得采购经费.此外,部长有责任管理好本部人员的工作,同时加强本部与其他各部门的沟通工作.

2、采购员两名，主要职责：采购员主要负责外出采购,包括进行市场调查,选择合适的供应商,与供应商进行谈价,签订买卖合同并负责货品在运输过程中的安全.采购是咖啡馆资金向外流动的主要途径,采购人员的素质高低直接影响到经营成本是否最优,因此采购人员必须经过统一培训,具备下列素质:有较丰富的商品知识;掌握市场信息,有商业灵敏性和适应性;熟悉本店情况;头脑清醒,善于思考,善于洽谈价格;了解需求动向及价格变化。

3、记录员一名，主要职责：负责记录采购部货物和资金的进出情况,记录员必须详细记录货物的名称,规格,数量,进货日期,采购经费数量,支出数目,余额等, 以便月末进行核查。

**(二)采购工作流程：**采购部接到需要采购的货物清单后,由部长负责对待购物品的数量和价格作出预算,并将预算款单递交财政部申请购物经费,并由记录员记录在当月收支单上, 供月末核查, 采购经费将交给采购员外出采购货物,货物采购完成后,由本部门对货物进行验收盘点并详细记录。

**(三)采购部采购原则：**诚实守信.在采购过程中要诚实守信,信守合同,保证合同的合法性,严肃性,有效性,更好地发挥经营合同在经营中的作用,树立良好形象,协调好咖啡馆与各有关群体之间的相互关系。以需待进.就是根据市场需求情况来决定进货,避免盲目采购造成商品积压,资金周转不顺. 采购渠道稳而多。如确保进货及时畅通,商品品种丰富多样。采购部必须广开渠道,建立固定进货渠道和固定购货业务关系,这样有利于相互信赖支持及降低成本。由于彼此了解情况,易于符合进货要求,同时可以减少人员采购,节约费用;另一方面,在保持固定进货渠道的同时,要注意开辟新的进货点以保持进货渠道多样化,从而防止各种风险带来的损害。

**(四)采购管理和方法：**

采购计划：采购之前编完详细的采购计划或需货单。其编制必须建立在了解市场需求和商品货源情况的基础上。结合商品库存动态,分别提出具体品名,规格,质量,数量,进货日期,最后统一平衡后决定采购种类和数量。

验收管理：采购后的验收也是管理的重要环节,有了它可以防止财产损失,减少和消灭事故的发生。记录员必须把握好验收这一关,如实详细地作好记录,并和采购员作好验货工作。

**6.2.6.服务部门**

**主要职责：**服务部作为咖啡馆的重要组成部分,它的目标是向同学们和老师提供以各种咖啡为代表的有形产品,并提供满足顾客需要的,恰到好处的服务,增收节支,开源节流,为咖啡馆树立良好的社会形象。

**(一)服务部门人员设置及职责：**

1、设部长一名，部长的主要职责：主持全面工作,确保任务顺利完成;确保饮品的正常供应;审核饮品采购计划,统筹策划和确定饮品采购内容;检查购进饮品的质量,对饮品的采购要求和质量有领导责任;教育采购员和服务员法规法则,抓好其思想;业务培训工作,开展文明礼貌教育。

2、服务员5名，主要职责：迎接客人,引客入座,招待客人;供应咖啡食品,为客人提供热情优质服务; 结帐;清理台面,做好卫生工作;按规定开启单据,保留好以做核查.

3、配置员两名,主要职责：正常供应顾客的咖啡，并且能够熟记场来顾客的口味。

**（二）饮品的存储量：**

标准存储量=日需要量\*定期采购间隔天数+保险存储量(标准存储量是一种饮品在库房中存储的最高存量)

饮品需购量=标准存储量-现存量+日需要量\*发货天数

最低存储量=日需要量\*发货天数+保险存储量