**目 录**

1. FOREST简介 ...........................................2

（一）团队人员简介......................................2

（二）部门部门的功能、作用与职责........................4

二、产业背景...............................................7

三、市场评估...............................................8

（一）市场发展趋势......................................8

（二）宏观的环境分析....................................9

（三）竞争分析.........................................10

（四）行业分析.........................................12

四、店内装饰..............................................13

五、营销策略..............................................16

（一）营销目标.........................................16

（二）营销方式.........................................16

六、财务预算..............................................17

（一）售卖产品的预算...................................17

（二）盈利与亏损能力预算...............................17

（三）固定资金.........................................18

七、启动资金的获取........................................19

（一）众筹模式简介.....................................19

（二）众筹模式优势.....................................19

（三）实施方案.........................................20

八、项目实施进度及评估....................................21

**一、FOREST简介：**

FOREST为森林的意思。森林往往给人一种神秘而融入其中又不缺乏安全感给人一种享受感，清晨阳光下的森林又给人一种生气蓬勃、无拘无束轻松自在的舒适，情侣也可在内享受爱情中浪漫的味道，所以FOREST得寓意为不仅能带给消费者饮食上的享受还能让消费者感受到轻松、浪漫、舒适的高层次精神享受。

FOREST经营是以休闲、娱乐活动为主题，服务范围为咖啡、自主研发的新式奶茶、自行即兴调制的酒饮、果食、桌游为主，少量其他饮料为服务，面向广大青年、情侣、大学生等年轻时尚消费群体的服务体系，FOREST内设不同区域其中包括商务区、桌游区、情侣区、普通区，FOREST为人们提供情感沟通交流和自我享受的一种很好的寄托途径和重要场所，给人轻松、浪漫、享受、安静等感情色彩，营造一种私人空间和宜人的气氛。它是一种文化，一种情调，一种生活方式。它主要位置于高校附近地点，由于高校人口极为密集且大多为整体知识文化素质较高，接受较多西方文化和生活方式的大学生，易于接受新事物，且有强烈追求高品质生活方式的欲望，而FOREST恰是一所价值在于低消费却能给消费者高层次的精神享受的场所。

FOREST特色：自主研发的各式奶茶和即兴调制的酒水；针对消费者不同环境需求设置不同的服务区域，为客户提供满意。

**（一）团队人员简介：**

**刘玮**，男，现为东华理工大学机械电子学院的13级学生，现担任院团委第一副书记、班级团支书、辅导员助理职务，参与并组织过很多校内大大小小的活动，策划组织过三下乡活动、院迎新生、运动会选拔、宿舍美化大赛等等一系列活动；并且获得过2015年度校级暑期社会实践活动先进个人、校级优秀学生干部、优秀组织者等荣誉；

成员经历：社会阅历相对丰富，高三暑期曾经在县级电信通讯公司进行过为暑期实习，在实习期间做过客服、销售、市场调研方面的工作。

个人专长：对与人交流态度方法和销售方式方案以及市场的观察拓宽有一定的经验；组织管理工作能力有一定的实践经验。

公司职能：负责市场部的运营和管理。

**周黎峰**，男，现为东华理工大学测绘工程学院14级学生。现为一名创业青年。东华理工大学本科生，思密达文化传媒有限公司实践部部长，东华理工大学创客商学院带领人

成员经历：该成员在高中时期已接触销售并初步涉足自足创业。在高中时期曾与同学在家人的支持下共同经营一家校园店铺且有不错的收益。始入东华理工大学便积极于自主创业，在大一期间便独自一人在学校周边开有一家属于自己的酒吧且自我经营，同时加入思密达文思传媒有限公司且参与其经营，现如今在东华理工又有一个属于自己的创业团队。

个人专长：该成员对项目管理及经营有独特的见解，并擅长调酒。

公司职能：负责公司实践部管理

**严天宇**，男，现为东华理工大学机械电子学院的13级学生，现担任13级电子系班长一职，经历三年班长班委职务，在校三年期间亦在学生会获得先进工作者以及优秀组织者的荣誉。兼任学校武术协会的策划部长与散打教练，策划进行了多项校级协会活动，及校内校外的交流会。

成员经历：该成员在高中时期参与家人加盟的“吉果多魔幻冰淇淋”店面的设计与开业后的产品售卖，并与家人一起到北京获得了加盟培训。后高中毕业进入大学，在校内但任班长的同时，参与校级协会并担任了武术协会策划部长及散打教练二职。同时，该成员在校内学习时间之余，经过TCL集团股份有限公司在东华理工大学内的兼职代理，加入了TCL旗下的TCL多媒体科技公司，并在其中以实习生的身份担任了为期两年的专卖店售卖职业。

个人专长：该成员擅长管理与销售，对市场现状的变化趋向比较了解。

而且对室内装饰装修有比较新颖的想法，并在拥有自己装饰装修公司的表哥的带领下了解一些关于装饰装修相关问题。在公司内负责财务管理一部门。

公司职能：负责财务部管理

**（二）部门的功能、作用与职责：**

**1.市场部：**

（1）进行行业市场研究，竞争对手、市场需求发展趋势，消费者群体调研，价格评估，风险评估分析及；提炼企业竞争力、产品卖点，拟定年度、季度、月度门店活动推广方案及广告宣传。

（2）指导、监督门店各项推广活动的执行。对部门费用预算的控制及各项活动推广的效果负责。  
 （3）负责门店形象标准化策划设计与管理及服务特色的提炼与实施。确保门店形象标准化的有效实施，确保服务特色的有效实施。

（4）收集、分析商圈信息拟定年度季度月度展店计划，商圈规划、评估、分析报告、新店址的开发与呈报

（5）指导、监控展店管理制度及布点策略的有效实施。  
 （6）营销策划：  
 ①促销活动方案的策划与实施、会员维护与管理  
 ②企业品牌形象宣传，管理、服务特色的宣传  
 ③负责推广活动各类宣传物料的策划与设计。包括单张、分类牌、包装喷画、会员卡、吊旗、购物袋、招牌等宣传物料。设计突出商品卖点及企业整体品牌形象?确保各项宣传材料及时到位。  
 ④进行企业战略规划、营运模式探索及品牌定位、制定年度品牌规划案、组织品牌设计与包装，组织品牌推广与执行。对各阶段品牌推广的效果与目标达成负责。  
 ⑤部门相关营销管理制度、作业流程的制定与监督执行。门店推广活动各类广告宣传物料的统筹管理、发放及回收统计，门店推广活动各类广告宣传物料的发放。

⑥制定、执行会员营销方案，不断发展并有效管理会员。提供会员增值服务、营造会员消费氛围、打造会员消费文化。指导、监督各门店进行相关会员发展与管理工作，不断完善会员信息反馈机制与宣传通道，为会员营销目标及长期稳定发展负责。

**2.实践部**

在市场部对其他公司或店面谈成项目合作以后交与实践部对项目的实施

（1）构建：根据项目主题在店内在其装饰上构建充分的氛围气息使其融入主题

（2）宣传：在项目承接以后由实践部通过各种网络平台或人际关系的方式对外宣传项目吸引力以及乐趣所在

（3）实施：在项目宣传到位且收到满意的效果之后即开始在店面内对项目进行进一步的经营即对店内人员进行培训，使其在顾客的角度体会到舒适的同时还能体会到一流的服务。

（4）后勤：在项目实施取得一定满意的成果后，鉴于店内多变无视觉疲劳的角度立即寻找下一个合作项目。在其中即需要对上以项目做出足够让人满意的后勤工作即改变店内装饰以及对合作单位的感谢，建立良好的经营面貌。

**3.财务部**

财务管理部的职能源于企业资金的运动及其所体现的经济关系。具体表现为筹资，用资，分配等过程中的管理职能。大致分为以下几个内容：

（1）资金管理和短期投资：负责统一调度公司能控制的所有资金。

（2）财务分析：综合加工会计信息和其他管理信息，为公司经营管理做决策提供相关依据。

（3）税务管理：研究行业及区域财税政策；负责投资羡慕的税务筹划；落实FOREST公司的财税待遇；协调与财税部门的公共关系。

（4）资本预算：估算投资项目现金流量，分析、评价长期的投资方案，提出投资方案供公司管理决策。

（5）公司融资：处理好债券融资和股权融资的比例关系，优化公司资本结构；动态调节公司债务关系，降低财务成本，另根据公司资本需求，制定并实施短、中、长期相配比，银行授信、贷款、委托贷款、信用凭证等方式相结合的融资计划等

（6）财务制度：编写、修订和健全相关财务会计管理制度，并实行及时及至的落实与执行、监督与纠正。

**二、产业背景**

FOREST所提供的安静的喝着咖啡、奶茶、酒饮交流沟通或者休息的这种放松舒适的场合服务是一种流行，同时也成了一种精神文化，一种情调和一种生活方式。随着这种精神文化的流行，高校也成为了这种服务业入驻的重要场所。这种服务产业已正在成为人们与人沟通和自我享受的一个重要场所，它的价值在于它能提供给消费者低消费高层次的精神享受。这种氛围文化和生活追求经济以及社会的发展必然映射到校园中来，这类精神文化消费在校园市场大有可为。

1. **市场评估**

**（一）市场发展趋势**

根据市场调研随着时代的进步，人们手中的闲钱越来越多，越来越讲究生活品质；比如70年代的人喝开水；80年代的人喝可乐；90年代的人喝咖啡、奶茶、酒饮。休闲饮品如今已经遍布全球，是休闲饮品的主流之一；深受消费者欢迎，占据多地区和市场，正逐步成为继碳酸饮料、矿泉水、果汁饮料之后的主流品种。南昌近几年迎来了高速发展的机会，像这种安静的喝着咖啡、奶茶、酒饮交流沟通或者休息的这种放松舒适的场合服务在大学生中需求量非常大，并且目标市场顾客具备较强的购买力，所以形式是乐观的。

目前高校周边分布有众多咖啡厅、奶茶厅、酒吧之类的服务，纷纷瞄准了高校市场。以东华理工大学南昌校区和华东交通理工学院为例为例，广兰大道一条街咖啡厅、奶茶厅、酒吧密集程度之高，所以这类单一服务的消费市场的竞争是非常激烈的，而FOREST集合它们所有的服务基础之上丰富了许多内容，例如：店内装饰、视听感知都相比它们有过之而无不及，包间分为商务区、桌游区、情侣区、普通区，不仅很好的为不同需求的人群提供了不同的环境而且也可让价格体系有个灵活的变动增加收益；以及营销方式结合了网络和官方合作。这样使内容更加丰富多彩能发挥自己的优势，为顾客创造差异化价值，因此能够在校园市场切下一块自己的蛋糕。

高校市场消费群体集中，消费潜力巨大消费群体单一，且消费时间也相对集中，增加了管理成本和运营[费用](http://www.liuxue86.com/feiyong/" \t "http://www.liuxue86.com/a/_blank)。同时高校是人口极为密集的场所，同时整体上知识文化素质比较高,接受了较多西方思想和生活方式,易于接受新事物。他们有强烈的追求较高品位的生活方式的欲望，有一部分群体消费水平较高，有较多的可支配收入购买非生活必需品。在高校附近经营，地理上更接近受众，节省顾客[时间](http://www.liuxue86.com/shijian/" \t "http://www.liuxue86.com/a/_blank)成本，方便消费者，情感上更容易为消费者接受易[于结](http://tool.liuxue86.com/shiren_view_9b967643ac9b9676/" \t "http://www.liuxue86.com/a/_blank)队消费，人群集中，易产生示范和模仿消费效应。同时FOREST提供的具有轻松，浪漫，享受，低消费高层次的享受又同时是学习，交流的场所服务一方面可以丰富学生的生活，另一方面对于经营者而言，潜力巨大，大有可为。

**（二）宏观的环境分析**

**1.人口分析：**现以南昌东华理工大学广兰校区为环境模拟分析。目前大一新生至大四毕业在校生大概在27000余人，研究生近2000人左右。男女生比例为男生80%女生20%左右。统一年龄段属于18~23，正是处于对新鲜时髦的事物有强烈的好奇心的时期，这个年龄段对饮品多元化的需求也是最大的。

**2.地理环境分析：**南昌作为一个典型的南方内陆城市，夏天的高温，与冬天的湿冷都可能让来自其他地区的学生感到不适。所以在夏天更需要冰爽的软饮和冬天温暖的咖啡的陪伴。其次东华理工大学广兰校区坐落于南昌市新建县范家新村，学校外面只有优乐汇购物广场可供学生休闲消费。红谷滩万达广场则需要学生从校门口坐公交车，加之学校在工作日内大部分是有课程学习的，所以学生在工作日内都会选择在优乐汇购物广场或者在校内进行消费。

**3.经济因素分析：**大学生的收入来源主要是父母给的生活费，根据我们调查，东华理工大学学生一月的生活费中，在800元以下的占8%，800-1200元的占了59%，1300-1500的占了43%，在校消费并不高的情况下，学生是有一定的资金进行休闲娱乐活动。或作用于平日的消费。

**4.文化环境因素：**在当前的环境里，大学生们追求时尚的脚步从没有停止，多样化的生活方式与新颖的放松及娱乐场所也是他们所追求的。但由于个人没有收入，所以一些高端的消费场所不适和大学生的出入。而FOREST正是一个以中低消费为主的娱乐消费放松场所。

**（三）竞争分析**

FOREST作为一个集休闲娱乐放松与一体的场所，奶茶等酒水饮品的引人是必不可少的，而在东华理工大学附近，已知的以奶茶饮品为主的售卖场所就有3家店面式，校内2家柜台式。而据我们观察，我们有这几个优势

**1.店面形式：**柜台式的水吧饮品只能进行一次性消费，仅仅是提供一种饮品，并没有其他以供学生聊天和休息的场所，而其他店面式的饮品店位置太小，而一些真正想放松和休息的学生在这样不隔音的开放的场所里得不到他们想需要的安静。独特的分区方式，总体店内分为普通区和包间区。普通区主要是以新颖舒心的装饰让来店内歇脚的客人得到精神上的满足，并提供饮品，以便于客人在引用饮品的时候可以边聊天边休闲。而包间区则又单独分为不同的包间，分别是商务区，桌游区，情侣区，这时候一些比较想需要个人空间的、爱安静的朋友们就可以在包间区获得他们想要的享受。关于店内具体装饰会在店内装饰部分提到。

**2.产品优势：**作为水吧类的一种，最主要的竞争手段还要看其主营产品，所以店内专有有多年调酒经验的同学来进行店内的实践管理，加之我们公司在已拟定的酒水咖啡奶茶软饮单上会在平日里进行一个自主研发和发明。可以在拟定环境中独占鳌头。注：公司内自主研发的酒水饮料产品版权所属本公司

**3.位置优势：**首先说学校外的店面，大部分是处在购物广场的一楼，也许大多数人认为这是他们的优势，然而恰恰相反，在一楼虽然仅仅是方便了许多人，但一楼的位置比较紧凑，限制了其店面的发展。而且，在广场一楼，湿气重，会让店面感觉不到温暖，而水吧制作台不能保证干净清爽，对顾客是一种不负责任的表现。而从经济成本上谈，一楼的店面租金更高，不利于我公司在产品研发上作出突破。其次校内的柜台式销售方式虽然位置分别夹在教学楼宿舍，食堂与宿舍之间，但据调查，在没课的时期，或者课程不紧张的时期，大部分同学还是会选择到学校外边进行消费。

**（四）行业分析**

FOREST在东华理工大学广兰校区附近不是独特的一家，并且 FOREST这种类似的水吧属于一种快速消费的行业，尤其是秋夏两季学生们的需求量更大，符合当代大学生的消费习惯，加上 FOREST在某些方面独特新颖的消费方式和休闲途径，可以在学校附近众多水吧中脱颖而出，是一个很有发展前途的项目。

**1.SWOT分析**

|  |  |
| --- | --- |
| S—自身优势 | W—自身劣势 |
| 产品新颖多元化，装修独特包间形式，公司注册后会加入院线提供小型影院，占领市场，  人员有多年的工作经验，并曾有自己的店面 | 开店的时候比较晚，名气暂时不响，类似的酒水服务业有好几家，在消费者不了解的情况下可能会保持习惯去其他的水吧饮品店 |
| O—外部机会 | T—外部威胁 |
| 大学生喜欢新颖的消费方式，而情侣包间电影在本学校附近是没有过先例的，这是一个暂无人踏足的小型市场 | 来自其他老牌饮品奶茶店，顾客会习惯性选择老牌奶茶店，以及超市饮料的市场占据 |

**2.风险评估及应对能力**

做此类服务，最重要的风险分为换季风险和材料剩余风险。所以在季节即将换季的时候，实践部就会已开始准备新的菜单，方便更新，来调制适合当下季节饮用的饮品。而对于材料剩余风险，实践部会从在实践中获得顾客饮用偏好的反馈，得出材料消耗的比率，并将此情况反映给财务部，以便选择下次材料采购的比率，尽量做到材料不盈余，不缺货。保证好材料的新鲜度，提供给顾客更优质的产品。

**四、店内装饰**

**(一）视听感知**

**1.店面装饰：**标牌使用FOREST的logo，以黑色为底，logo选择霓虹效果。店门选择木质门，加毛玻璃格子。店面门口右上角使用3D画加灯光效果做标识。

**2.店内布局：**恰当的运用灯光，地毯，隔断等元素，在尽量运用空间的同时不造成拥挤的效果，使桌位的摆放错落有致，不让室内的物件摆放产生空旷平淡之感。在桌椅的设计上选择不同颜色的桌椅，避免千篇一律的疲劳审美。

**3.颜色布局：**在普通区颜色尽量要选择橘黄，橙色等暖色系色调为主，辅以点缀冷色调，在不失温暖的同时亦得到活泼快乐的感觉。而包间区则不同功能的包间选择不同的装饰系，以体现和各个包间的不同的气氛

**4.灯光和灯饰：**FOREST作为酒水服务业为主的休闲场所，灯光与灯饰是整个店面里较为重要的一部分，设计使用不同的灯饰可以有效的增加店面内装饰的美感和质感。同时较为柔和的黄光可以有效的烘托店内的气氛。

**5.普通区设计：**

①墙壁：选择半手绘墙纸，用柔和的暖色加跳跃的冷色系勾勒花纹，不宜太过繁杂，以简约为主。手绘图附近加以灯光，提升手绘水粉画的质感。

②灯光：每个桌子下边都有一个旋钮，可以调节各自桌子的灯光亮度。吧台外灯光选择比较彩色的悬挂式灯，每个悬挂式灯上可以贴上简笔招牌饮品（可换取式塑料膜）。吧台内灯光选择可调节的白亮光，方便吧台内工作人员进行饮品的调制和色度的把握。（可选：在门口或者墙角可以选择安置小型地灯，提升总体亮度。）

③桌椅以及配件：桌子可以选择黑色磨砂木质感的桌面（1.5\*2㎡）\*5，而椅子配备12个（每桌4只，彩色），外加两套沙发（灰色）。每桌配备一个速写版和签字笔，使来到这里的每位客人都可以为店里可以改进的地方提出想法和建议。在另一面的墙上制作与墙壁连在一起的小型单人桌面（0.5\*4㎡），配备吧台座椅7只（4只用于单人桌面，2只用于吧台外，1只用于吧台内工作人员休息）。

④地面：选择一个喷漆的黑色地面，并在其上进行荧光颜料的简笔画。定期清理或者补画。

**6.包间区设计：**

①包间分类及主要功能：商务包间1个，以供做学生或者其他的顾客一个安静的环境去谈事情，要求包间隔音层。桌游包间2个，以供给爱好桌游的同学进行游戏。情侣包间2个，留给需要二人世界的情侣们。

②包间主色调：商务包间颜色色调以蓝色和白色为主，冷色系的颜色让人更加冷静和谨慎，适合商务人士或者临毕业学生再此与社会人的交涉。桌游包间：以黄色和黑色为主，在热情中不失严谨，让热爱桌游的同学们感受到游戏的热情和桌游中严谨思考的努力。情侣包间：暖色系为主，让情侣们有个静谧的场所享受二人世界。

③包间需配备的物品：商务包间配备两台固定电脑，限制网速只可以选择浏览网页和文件，不允许进行电脑游戏。桌游包间：配备桌游若干，以及各类桌游所需要的桌布。情侣包间：配备大屏幕显示器，可以播放电影。让在二人可以在二人的影院里享受时光。

**7.其他位置装饰及装饰要求**

①走廊：在连接普通区和包间区之间有走廊，我们可以选择在走量的两边分别进行地灯的装饰，而走廊的门框不需要规矩死板的长方形，而是选择一种歪斜的彩色门框，提升顾客的颜色感官。

②柜台颜色：采用白色瓷砖为低的材料，辅以天蓝色彩灯（彩灯形状可考虑气泡状），让顾客看到柜台是干净整洁且带有一丝奇幻的视觉色彩。

③柜台货架：在柜台背后的墙上选择不规则品字形的货架摆放酒品饮料，让人眼前一亮，不规则的美感吸引顾客的眼球。辅以大型海报（公司自己定制的logo海报）。

④卫生间：采用白炽灯，和纯白色瓷砖，保持卫生间的整洁性，定期处理卫生间的卫生，消除由其他物品产生的异味。

**五、营销策略**

**（一）营销目标**

通过本次策划活动的目的是让更多高校认可FOREST，提高他们的满意度和品牌的美誉度，促使其重复性购买消费，提高该店的销售额和该地区的的市场占有率。

1. **营销方式**

**1.**宣传单、海报制作与发放：可在人流量大的场所(例如食堂门口，图书馆门口)发放一定量的传单，也可以在宿舍楼栋楼下投放一定量的传单，可以在社区和生活区（如：学校超市门口、店面周围、学生公寓公告栏等）张贴一定量制作精美的海报。

**2.**网络传播：在高校贴吧、空间、朋友圈等地投放一定量的广告和公告。也可以争取学校官方的合作，例如记者团的采访，校级院级的报纸的详细介绍，做好公关，公关的传播方式效果很好。

**3.**人脉推广：鉴于高校是人去相当密集的场所可以利用消费者的口碑传播，例如可以[招聘](http://www.liuxue86.com/zhaopin/" \t "http://www.liuxue86.com/a/_blank)比较多的轮班流动的学生兼职服务员，通过每个人的交往半径进行人脉推广。

**4.**促销活动：在周年纪念日、情人节、五一长假、国庆长假、中秋节、圣诞节等重要的大节日或者双休日进行促销活动。如：免费派发品尝券，店面上增设定量小杯奶茶、咖啡、酒饮免费品尝；情侣节情侣消费可以免费获得店内免费赠送的小礼物。既可以让同学们方便饮尝，了解口味，又可以让同学们留下好印象和口碑，从而在自己的朋友圈内起到宣传作用。扮演间接促销一石二鸟。

**5.** 活动传播：可以组织一些具体活动(例如沙龙，舞会，[英语](http://english.liuxue86.com/" \t "http://www.liuxue86.com/a/_blank)角等)吸引人气，达到传播效果。

**6.**店内营造节日的气氛气球彩带贴纸等等相关装饰物；相关活动的POP各种标牌及提示牌。

**六、财务预算**

FOREST作为一个以酒水服务业为主的经营的店门，自然少不了奶茶、咖啡、鸡尾酒等饮品，以及各类小茶点小吃。

**（一）售卖产品的预算**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 产品名称 | 平均售价 | 平均成本成本 |
| 各类小吃与茶点 | 10元 | 3元 |
| 自制奶茶 | 7—8元 | 1.8—2.0元 |
| 咖啡 | 15—20元 | 4—4.5元 |
| 自调酒饮 | 20元 | 6元 |

此表中咖啡是普通手磨咖啡豆式，不包含exprsso等意式咖啡，鸡尾酒是三种酒以内的组合。均是符合大多数人可以接受的价格和产品。

**（二）盈利与亏损能力预算**

经过调查问卷显示，大学生去校外水吧类场所的时间大多集中在下午或者晚上，上午则比较少，并根据我店装修规模判断，每日上午流动客人人数大概在18-25人左右，中午则在20人左右，下午40人，晚上60人。若以人均15的消费来算，一日收入可达2100元。而材料消耗则大概在735元，利润率为65%。由此来看，若实践开店能成功的按照预算的营业额经营，每日的利润还是比较可观的。一月大概可以创造近4万的利润额。

学生是我店主要的顾客来源，在学校放假期间，我们拟定纯亏损计算。以方便计算每月的营业额。经调查，学校优乐购一楼店面每月租金3千左右，若租2楼店铺，并配合装修装饰所需的店面面积，租金大概需要5千左右，人员服务费（即服务生的每月费用）为800左右，水电费则需要200，每月饮品制作材料的花费800元，多出500元的店内物品损耗预算金。统计下来，每月纯亏损7300元。

**（三）固定资金**

经过我公司三人商议决定，初步的启动资金在15万元左右，在店里的流动资金定位为1万的流动资金。

每年租金：6万左右

店内装饰装修：4万左右

店内制作设备（咖啡机，马克杯，子弹杯等）：2万左右

店内电子设备及桌椅：2万

按照评估的营业额，半年内就可以回收本金

**七．启动资金的获取**

**（一）众筹模式简介：**

在资本市场一样可以实现人人为我，我为人人——众筹融资不仅吸引了专业投资者，更让普通大众有了参与的机会。出资人自主创意者的过程就是其消费者资金前移的过程，这提高了生产和销售等环节的效率，生产出原本靠传统投资模式而无法推出新产品，也满足了出资人作为小众化、细致化和个性化消费需求。

**（二）众筹模式优势**

**1.降低融资门槛，有效促进创业**

目前，民间融资渠道不通畅、融资成本高等问题阻碍了创业的发展，而众筹是一种更大众化的融资方式，它为创业者提供了获得成本更低、更快捷的资金可能，项目发起人通过众筹平台把大众的微笑资金汇聚，已获得从事创业的资金，突破了传统模式的束缚。由于互联网开放特征，投资人不受地区、职业和年龄的限制，这种依托众筹平台的船也活动实现了“众人集资、集思广益、风险共担”的众筹理念外，也积累了经验和人脉。

**2.拉近生产者和消费者的距离**

众筹模式为每个项目发起人提供了获取资金、市场和人脉等重要资源，而不同的筹资人因为有着不同的专业背景以及不同的价值观，他们可以对项目直接提出自己的观点和意见，项目发起人会对此人猪呢的评估并且进一步完善方案，双方的互助拉近了生产者与消费者之间的距离，这种注重用户交流和体验的行为类似于“大规模制定”的行为，极大降低了项目市场风险。

**（三）实施方案**

首先寻找中介机构，即（众筹平台的搭建者，又是项目发起人的监督者和辅导者，还是利益维护者），众筹平台在法律范围内采用虚拟运作的方式，将项目发起人的创意和融资需求信息发布在虚拟空间，实施这一步骤前提是在项目上线之前进行自制的实名审核，并且确保项目内容完整、可执行和有价值，确定没有违反项目准则和要求。

其次，在项目筹资成功后要监督、辅导和把握项目的顺序展开，最后当项目无法执行时，众筹平台有责任和义务督促项目发起人退款给出资人。项目发起人针对筹资人所出资金以股权、分红、利息等资金形式作为回报，筹资人拥有参与对参与项目的策划、咨询、管理与监督及产品的研发；项目发起人对项目100%的自主权，不受控制。在公司运营期间无论是盈利还是亏损，筹资人都可自愿在自公司运营起6个月后撤资，项目发起人在筹资者撤资三个月内将筹资者投入资金全数返还。

最后，在项目发起人、筹资者和筹资平台三方达成协议后签署相关合约，明确权力与义务。

**八.项目实施进度及评估**

第一步.寻找店面地址，即广兰大道东华理工大学南门优乐购二楼，并商谈租金与合同问题。（难度评估★★☆☆☆）

第二步.联系装修公司，将自己的设计要求和装饰装修风格确定，将店面装饰装修成功。（难度评估★★☆☆☆）

第三步.联系酒厂、奶茶粉供应公司以及咖啡豆供应公司以及采购店内饮品制作的仪器（可以分批次购买，不需要一次性采购完毕，留些资金作为周转）（难度评估★★★☆☆）【营业前的准备】

第四步.前期的广告宣传，设计传单样式已经优惠方式，进行开店酬宾的活动，吸引顾客前来，并进行饮品制作和小吃供应（难度评估★★☆☆☆）【进入试营业阶段】

第五步.在为期1个月的试营业期结束后，开始推出新的饮品，并将一些需要的饮品制作仪器补齐，并开始招收店员。（难度评估★☆☆☆☆）【进入正式营业阶段】

第六步.大部分的饮品制作工具已完善，亦获取一些利润，这时就要开启包间，并再次投入广告宣传，告知顾客，本店有单独包间。（注意：这个过渡阶段一定要快，在众人在新鲜感即将消退的时间进行包间式营业计划开启）（难度评估：★★★★☆）

第七步.将FOREST公司注册成功，不单独以水吧作为单位。并为下一步做准备（难度评估★★☆☆☆）【公司注册不是很难，且是免费不需要动用资金的】

第八步.寻找院线，加入电影院线，申请小包间电影播放权，并将这个小包间电影设置在情侣包间中，成为本店单独特色之一（难度评估：★★★★★）（加入院线这条比较麻烦，需要很多手续，包括审查环境等步骤工序。而申请加入院线的先决条件就是有注册成功了的公司，即第七步的准备。）

第九步.这时候可以考虑更换货源，更换高级的货源，保证材料的质量才能提升公司饮品的研发成就。并开始通过电视等传媒进行招商，获得其他人加盟，以向连锁店的方式向国内推广。（★★★★☆）【进行连锁分店的任务竞争力来自公司内部饮品的研发，这就需要吸纳新的人才，而初始三人中从事调酒师行业的同学就有一定的人脉可以吸纳】