



大学生创业规划书



taste

摘要

一、公司基本情况

(一)项目名称: Taste (品味) 咖啡店

(二)经营范围: 面对广大的居民

(三)行业类型: 零售

(四)项目投资: 约 20 万元

(五)场地设置: 广州市天河区龙洞

(六)项目概况: 为顾客提供方便 (提供咖啡、茗茶、各类小点心), 提供在校大学生兼职, 以满足文明大都市人们追求精神需要提供优质服务。

(七)经营宗旨: Taste(品味)咖啡屋旨在为所有顾客提供物美价廉、时尚休闲等令顾客满意的服务。

二、产品/服务介绍

Taste 不仅提供中外各式经典咖啡, 如摩卡、蓝山、牙买加极品咖啡、花式咖啡等, 还有各种茶点, 如各式中国名茶、各种奶茶、保健茶、果汁、点心等。我们的咖啡绝不是速溶的, 而是当场手磨, 口感好, 品味佳。咖啡屋只求服务, 本着“以最低的价格提供最好的服务”的宗旨, 以四个“一流”(一流的服务、一流的环境、一流的品种、一流的信誉)为目标, 力使 Taste(品味)咖啡屋成为所有居民学生的休憩之地。

门旁摆放着美丽的盆景, 屋内挂着精致的装饰, 柜台前摆设有存放各种报刊的书架。室内宽敞明亮, 座位舒适, 环境幽雅。坐在窗前, 你可以看见人来人往, 在生活节奏快的都市里面感受到放慢的节奏, 放松自己。在门前还准备了一些雨伞, 对那些出门在外没有带伞的顾客提供方便。

三、行业/市场分析

随着中国改革开放之后, 西方文化的迅速渗透、中国经济的迅猛发展以及都市生活质量的提高和生活节奏的加快, 咖啡休闲这种高雅、时尚、浪漫的休闲生活方式越来越受到人们的青睐, 咖啡成了世界三大饮品之一。无数独具慧眼的投资者看到了其中隐藏的巨大商机, 我们根据市场分析, Taste (品味) 咖啡屋即将出现……

经调查, 我国对咖啡饮品每年约有超过 20 亿的市场需求, 其中我们可进入的市场约有 12 亿。公司成立初期购进可供顾客需求的咖啡及附属品, 以满足迅速发展的咖啡茗茶市场的需求, 使用投资购买咖啡原材料煮磨器具的解决方案, 针对解决费时间磨咖啡煮咖啡等大部分依靠进口、价格昂贵、影响人们普遍消费水平的问题。

公司注重短期目标与长远战略的结合, 中长期目标将逐步拓宽产品领域, 涉足饮品类的各种饮料、与品种丰富的蛋糕及其他美食、保健食品等, 形成以咖啡茗茶为核心的多元化经营集团公司。

饮料行业预测咖啡这一饮品将会继续爆炸性增长, 未来 10 年年均增长率将高达 35%以上。由此我们可以想象, 中国咖啡市场的发展空间是多么巨大, 难怪国际咖啡组织也将中国视为全球最有潜力的咖啡市场。

四、业务现状

目前, 广州天河区龙洞的咖啡市场并不太激烈, 特别是在居民小区周围, 还没有相应的竞争者和竞争压力。而且, 位置特别有利, 附近有多所高校, 又靠近居民小区, 客流量和消费能力都能够满足。

五、财务分析

（一）投资估算：

A. 一次性固定投资： 50000 元，其中包括：1、房租首付 10000 元，2、装修费 20000 元，3、开办费用 5000 元，4、杂项支出 7000 元，5、设备用具购置 8000 元；

B. 流动资金及原材料备用金 70000 元

（二）成本控制（每月）：

租金 2000 元，材料进货费用 5000 元，人员工资大约 20000 元，按不同的级别不同的工资，不可预支薪水的 10%。小计每月成本约：27000 元。月均营业额：45000 元。

（三）盈利能力（月）

营业额—成本=营业利润， $45000-27000=18000$ ；年利润： $18000 \times 12=216000$ 元

（四）投资回收期：

投资回收期： $200000/18000 \approx 11$ 月 ≈ 1 年

六、融资计划

向银行贷款注册资本的 50%，然后剩余的由 4 个股东分摊。期限为 1 年。其间如有一股东退出，此股东便只能持有 5% 的股份。

第一部分 公司概况

一、公司介绍

Taste(品味)咖啡馆以典雅风格为主的新开休闲咖啡屋，本着“优质咖啡，服务优良”的理念来推广咖啡精神及文化。咖啡馆提供一流的咖啡及差点以供满足所有消费者的需要。

Taste(品味)咖啡馆本着发扬咖啡文化的责任选择出具有特色的 Taste(品味)咖啡屋的咖啡文化。Taste(品味)咖啡馆给人温暖、典雅、舒适的感觉，是充满年轻朝气，有咖啡内涵的品位场所。

二、主要股东

股东名称	出资额	出资形式	股份比例
温少仪	10 万元	现金	50%
温卫华	5 万元	现金	25%
温少莹	3 万元	设备	15%
温少慧	2 万元	现金	10%

三、团队介绍

团队的构成：

我们的创业团队在创业前期，既是创业计划书的起草者，也是前期资金的筹措者。这个团队的构成，具有非凡的意义，因此，选择合适的人群，是一项艰巨而谨慎的工作。经过数次严谨的选择，我们的团队已经初步成型：

店长：某某

行政人事部部长：张三

采购部部长：李四

财务部部长：王五

市场部部长：刘七

开发部部长：赵六

管理规划部门设置与职责

☆店长

店长负责综合协调和管理店内各部门工作，督促员工工作，同时接受周围居民及顾客的监督，做好咖啡屋与周围居民的交流工作。

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；代表咖啡屋与周围顾客进行交流，向上反映员工的意见及要求，向下传递学校所要求的工作。

☆行政人事部

主要职责：

1. 人员到职与离职的相关办理
2. 各类人事资料的汇总，建档及管理，员工档案资料管理
3. 员工请假，调休假作业，出勤状况，稽查，统计作业

4. 员工考勤, 督导并薪资核算
5. 对本店各项工作的纪律检查
6. 做好每次会议的会议记录
7. 做好咖啡屋每次招待知名人士的经验记录, 以便下次招待借鉴
8. 协调本部门与其他部门的联系

人员分配:本部设正, 副部长各 1 名, 档案管理员 1 名.

☆财会部

实行严格的财务管理; 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。

☆市场部

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

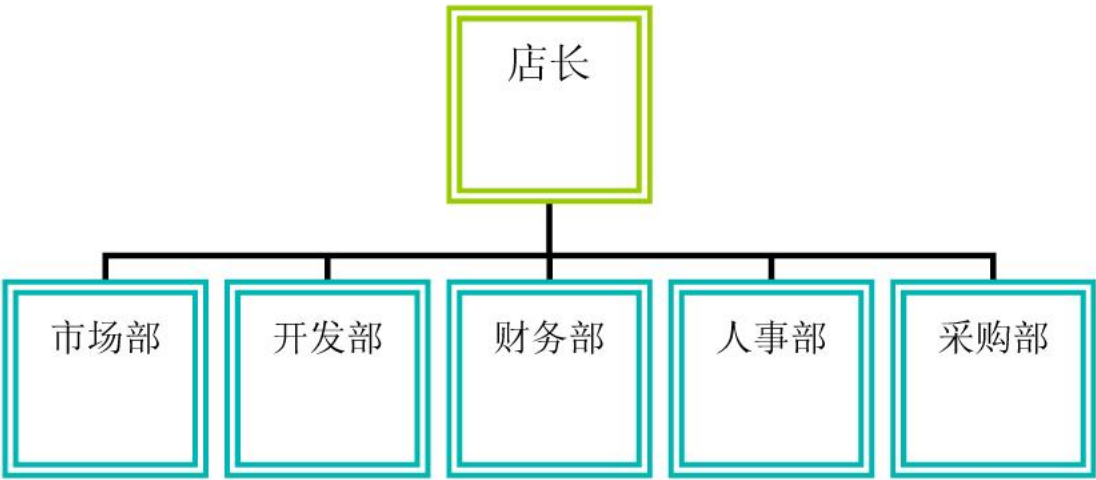
☆采购部

咖啡屋采购部系咖啡屋下属部门之一, 受咖啡屋管理, 负责咖啡屋所有食品原料, 经营物品的采购, 验收`进出物品的记录等工作, 是咖啡屋正常运营不可缺少的重要组成部分。

☆开发部

开发部负责开发新产品以满足不同的需求

四、组织结构



五、员工情况

员工人数	大专以上文化程度		大学本科	
	人数	比例	人数	比例
18	12	67%	6	33%

六、外部公共关系

我们的 Taste(品味)咖啡屋虽然面积并不是很大,但是我们努力取得银行的战略支持。同时我们会积极争取咖啡的厂商的支持,有他们的大力支持,我们的咖啡屋一定能够有较好的发展。

七、公司经营战略

我们咖啡的发展方向是能够使周围大多数知道、了解我们的商品,并且还进来消费。为此我们会做到:

优质的咖啡,在咖啡馆里,咖啡的构成力一定要很强,不管是哪一种咖啡,假如在价格的制定上偏高,或是有咖啡品质欠佳、组成不够齐全,或是咖啡的存货量不够多等现象,就立刻会影响销售,自然更不容易增加固定顾客了。在咖啡馆的经营上,不但要面临地域内各咖啡馆的竞争,更要面对各种商店的竞争,所以“咖啡的美丽”便成为了商店成功的基础。商品作为整体战略,对于咖啡馆而言,也是需要经常重视的。诸如经营计划、咖啡采购、咖啡开发、存量管理,乃至后勤的商品业务等综合全部的商品相关活动,都是与咖啡馆商品力的强化有相当密切的关系。

卓越的服务,最直接的,就是咖啡馆的服务人员在等客时,要有优雅的姿势,且注意服装、化装等仪表;接待顾客之际,要有适当的表情、态度几合宜的应对。所有服务员都要具备丰富的咖啡知识,适时的为顾客做说明,同时还要具备商谈能力。还有,店铺内部的装潢设施、有魅力且具美感的吧台陈设,以及店铺的照明等,都要有效的运用,并进一步加强广告媒体的宣传效果,并提供各种服务设施。我们的目标是在这一带养成我们店的忠实消费者。

第二部分 产品/服务

一、产品、服务介绍

Taste(品味)咖啡屋位于天河区龙洞,咖啡屋主营咖啡、茶、西餐、冷饮、简餐、、酒水、功夫茶,品种多样;不仅有主打产品,季节性产品,以及活动性产品等等,能满足不同食客的需求。餐厅消费低廉,人均消费 20-40 元,是亲朋小聚、娱乐休闲的理想场所。

馆内设有休闲座,环境幽雅,纱帘飞扬,温馨的让你流连忘返,本馆同时经营巧克力、牛奶、咖啡、奶茶、果汁、冰淇淋、中西式简餐,绝对是你休闲、聚会的好地方。咖啡屋将划分一部分区域为书吧式服务,在这里提供一些比较时尚的或畅销的书籍,但对在这部分区域进行免费阅读的设置。

二、核心竞争力或技术优势

我们的 Taste(品味)咖啡屋虽然不像其他的竞争者那样有庞大的资金系统,但好在我们的地理位置较好,到目前为止,还没有什么竞争者。但是,我们有坚实的核心观念。他们是:

- 1、可信赖的产品品质:坚持选用最好的(相对于大众市场而言最好的)的咖啡豆。
- 2、高度的环保意识:采用更多的环保型设备和包装材料,大力倡导并严格要求能源的节约利用。
- 3、良好的员工福利:对于固定员工而言,为员工提供最优越的健康福利计划,并大面积推行员工持股。
- 4、和谐共处的社区精神:为顾客营造温馨、自由的消费环境,鼓励店面工作人员和顾客的交流,让顾客无论是独处还是小聚都能怡然自得融入,其中慢慢的把我们 Taste(品味)咖啡屋变为顾客住宅和工作地点之外的生活中必不可少的“第三地”。
- 5、独树一帜的文化品位:有选择地参与一些温情、励志的电影和图书的推广和发行。

我们 Taste(品味)咖啡屋的优势在于采用了对面技术来为顾客服务,我们在顾客第一

次来到咖啡屋时就为顾客建档，下次来时，我们可以为其提供他所熟悉和满意的服务。有时，不用他们自己开口，就已经把他们所需的产品送至他们身边。

三、产品专利和注册商标

我们咖啡屋虽然是新的品牌，但在之前，我们会研制一些味道一流的新品种为我们的咖啡屋申请产品专利。我们的注册商标即是我们店的名字和 Taste(品味)进咖啡屋的图像。

第三部分 行业及市场

一、行业情况

由于中国市场巨大，咖啡消费增长前景看好，中国在世界咖啡业扩大需求的总战略中占据重要地位。中国潜在的咖啡消费者约为 2-3 亿人，这已与目前世界第一大咖啡消费国美国的市场不相上下。目前中国人的咖啡消费仍然不大，但增长势头非常可观，中国咖啡消费年增长率为 15%，而世界咖啡消费年增长率仅为 2%。咖啡在中国市场面临千年饮茶传统的巨大挑战，因此在中国市场的促销与宣传十分重要，而且必须采取有别于在其他西方国家的促销和宣传手段。

二、市场潜力

中国随着经济的快速发展咖啡这一有着悠久历史饮品的广为人知，咖啡正被越来越多的中国人所接受，目前咖啡消费已成为时尚主流根据统计我国的年消费量约为 20 万吨，并以 10% 的速度逐年上升，而人均消费量则以 30% 的速度递增。全国各地区市场的消费量更以每年两位数的速度疯狂飙升，部分地区甚至超过了 100%。由此可见，中国市场在咖啡消费方面的增长是非常迅速的，不久的将来中国将成为世界重要的咖啡消费大国。而根据另一项调查显示中国内地年人均饮用即饮咖啡 0.11 次，不仅和日本的 107 次相差甚远，也大大低于台湾(35 次)、泰国(8.7 次)和香港(4.9 次)的水平。饮料行业预测这一品类将会继续爆炸性增长，未来 10 年年均增长率将高达 35% 以上。由此我们可以想象，中国咖啡市场的发展空间是多么巨大，难怪国际咖啡组织也将中国视为全球最有潜力的咖啡市场。

三、行业竞争分析

随着人们的生活水平在不断提高，咖啡这种西式饮品正在被越来越多的国人所接受，随之而来的咖啡文化正充满生活的每个时刻。咖啡不再仅仅是一种饮料，它逐渐与时尚、品味紧紧联系在一起，体现出高品质的现代生活；或是交友谈心，或是商务会谈，或是休闲怡情，尽在一杯音乐弥漫的咖啡中。如今，在国内的许多大城市，咖啡馆已经不少见，许多年轻人成了咖啡的热情拥护者，咖啡消费在中国城市里，平均每人每年的咖啡消费量是 4 杯，即使是在北京、上海这样的大城市，每人每年的消费量也仅有 20 杯。而在日本和英国，平均每人每天就要喝一杯咖啡。日本和英国都是世界著名的茶文化国家，目前已经发展成了巨大的咖啡市场。拥有强大茶文化的中国具有广阔的咖啡消费潜力，正在成为世界上最大的咖啡消费市场。在国内许多大中城市咖啡专业场所数量每年在以 30% 左右的速度增长。正因为中国咖啡市场处于起步阶段，中国咖啡消费增速惊人，这意味着一个巨大的机遇已经降临，意味着有更多的机会，更大的利润回报空间。未来几年中国有望成为全世界最具潜力的咖啡消费大国。总体来说，由于中国市场巨大，咖啡消费增长前景看好，中国在世界咖啡业扩大需求的总战略中占据重要地位。本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国际特许经营协会、国际咖啡协会、中国连锁经营协会、中国饮料工业协会、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国咖啡店连锁行业背景、市场前景、竞争状况以及店铺选址等方面进行了详尽地分析，对今后我国咖啡店连锁产业的发展做出了精确的预测。

目前中国咖啡饮料这个细分的蓝海市场上，除上海、广州、深圳等少数地区以外，其他

的咖啡市场尚待开发。去年娃哈哈推出的“呦呦奶咖”表现平平，星巴克在超市的瓶装咖啡销量也不尽如人意。不过，分析推断，未来 5 年咖啡饮料的发展应该比较快，保持在 30%左右。

几大日系饮料品牌纷纷加强咖啡市场攻势。其中麒麟利用品牌延伸，推出了午后咖啡和麒麟咖啡系列。此外，可口可乐目前在日本热销的“乔治亚”咖啡也有可能被引入中国市场。可口可乐大中华区总裁戴嘉舜日前表示，公司一直在关注中国咖啡市场，但出于市场竞争原因，不能透露在华推出咖啡饮料的具体时间。

除了市场潜力巨大，咖啡饮料的高利润也是吸引企业进入的一大原因。摩根大通一份有关食品行业调查报告显示，全球品牌包装食品饮料市场中，咖啡和茶叶利润最高，利润率在 20%左右。

四、收入（盈利）模式

大众化的专业服务内容，是目前可以考虑的方向。咖啡店是要盈利的，它和普通商品一样都要有核心的产品或服务，并且这种产品或服务是实的，不是虚的，是能运作的高度专业化的分工体系。我们咖啡店通过提供优质的产品咖啡，各种茗茶

经过分析，我们可以知道，我们的顾客基本是周围居民小区的居民和高校学生。因为消费能力不同，所以，我们针对不同的人群提供不同价位的产品。我们的咖啡屋可以根据收入水平、性别、年龄、消费爱好等市场因素，据此提供给顾客满意的酒水和服务。

市场规划

公司未来 3 ~ 5 年的销售收入预测（融资不成功情况下）（万元）

年 份	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年
销售收入	10	15	20	25	30
市场份额	0.1	0.15	0.2	0.25	0.3

公司未来 3 ~ 5 年的销售收入预测（融资成功情况下）（万元）

年 份	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年
销售收入	15	25	35	45	50
市场份额	0.2	0.25	0.3	0.35	0.4

第四部分 营销策略

一、 目标市场分析

（一）随着中国改革开放的深入，咖啡文化风靡中国

无论是新鲜研磨咖啡豆，还是刚刚冲好的热咖啡，都散发出馥郁的香气，令人沉醉。作为西方生活方式的一部分，咖啡已正式进入中国人的家庭和生活：在中国很多城市咖啡馆伴随着咖啡文化的成长也如雨后春笋般破土而出，成为追求品质生活的人群新的消费时尚，装点着都市风情。

（二）中国咖啡市场巨大，有望成为世界最大咖啡市场之一

正因为中国咖啡市场处于起步阶段，中国咖啡消费增速惊人，这意味着一个巨大的机遇已经降临，意味着有更多的机会，更大的利润回报空间。而这无疑给众多计划开一家充满情调、浪漫、温馨的咖啡馆的有识之士带来新的发展机遇。

二、 客户行为分析

随着咖啡在中国的快速发展，咖啡不再仅仅是一种饮料，它逐渐与时尚、品味紧紧联系在一起，体现出高品质的现代生活；或是交友谈心，或是商务会谈，或是休闲怡情，尽在一杯音乐弥漫的咖啡中。如今，在国内的许多大城市，咖啡馆已经不少见，许多年轻人成了咖啡的热情拥护者。

三、 营销业务计划

（一）价格定位：

Taste(品味)咖啡屋面向的群体包括：广大的周边居民及附近高校的学生和教职工，其中周边居民为主要消费群体，但现阶段一般白领和其他的上班族不了解我们咖啡屋。所以在开业初期，在不降低咖啡屋的档次，保证成本收入的前提下，以及对消费群体的消费水平及消费对象的考虑，软饮料(如可乐)，果汁，奶昔，冰淇淋，部分咖啡等价格会适当调低，利润率占成本的 50%，水果，拼盘，茶点类利润率占成本的 60%。但中高档次的消费品如红酒，鸡尾酒，品牌咖啡等，因降低价格会给人以格调，档次，及质量不高的错觉，所以价格定位以利润率占成本的 65% 出售。

（二）管理理念：

1. 尊重餐饮业人员的独立人格
- 2 下管一级：上级对下级进行规划管理，下级应服从上级的工作指导，尽力完成上级发放的任务。
- 3 互相监督：管理层监督员工的工作，同时员工也可以向上级提出自己的意见或见解。
- 4 营造集体氛围：既要上下属感受到咖啡屋纪律的严明，也要关怀员工，让员工感受到来自集体的温暖，有利于加强凝聚力，提高工作积极性。
5. 公平对待，一视同仁，各尽所能，发挥才干

（三）薪酬制度：记时工资制

不同类型的工作人员时间上的薪酬不同；采用此制度比较灵活，可以准确地记录各个工作人员的工作时间，准确地计算出职工的工资。

工作轮班组织：固定单班制

除了固定员工，对于兼职，在一开始的人员招聘中，我们首先会搞清楚每个应聘者的空闲时间段(包括每个星期中哪一天及这一天中的哪个时间段有空)然后根据时间段确定一个星期中每天的工作人员。

（四）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.

2. 对管理层工作绩效考核

为了对管理层人员的工作能力, 态度和业绩进行评价, 制定此制度. 秉承公开, 公平, 公正, 客观, 多元主体评价原则, 每个管理人员都要接受来自相关同事, 直接下级和自我的评价. 从德, 绩, 能, 勤方面进行考核. 具体如下:

德:民主性, 品德修养;绩:办事效率, 工作质量等;能:业务水平认识, 分析决策能力, 创新能力, 自我学习能力等; 勤:协作性, 责任心, 进取心, 纪律性, 出勤等.

月度与季度的评价工作,在下一评价期间开始的第一个星期之内完成,由行政人事部统一发放评价表.年终评价工作在12月最后一个星期与次年1月的第一个星期之内完成.评价表由员工自己独立完成填写,应在规定的日期内上交.评价表由行政人事部与全体员工参与评价.每名参与者填写一份评价表,按照不同权重计算得到一个分数,将得分先按上级,同事,下级,自我评价分类算出平均分,然后按上面提到的不同层次人员比例计算出最终得分,按照最终得分确定评价等级.评价结果与奖金,激励制度挂钩.被评价者如果对评价结果不满,可以在接到结果之日起一周内向行政人事部提出投诉,逾期不提出异议视为同意.

奖励制度:根据员工考核总分进行奖励(半年实行一次奖励)

（五）服务质量控制

- 1、设立领位、服务、传菜等岗位，保证有岗、有位、有服务；服务规范、程序完善，我们咖啡厅 24 小时营业。
- 2、上岗的服务人员做到仪容端正，仪表整洁，符合《员工手册》的要求。
- 3、熟练用外语接待，服务外宾。
- 4、铺台、摆台符合规矩。
- 5、严格执行使用托盘服务，严禁用手拿杯直接服务客人。
- 6、菜单中英文对照，印刷优良，字迹清楚，无破损无折痕。
- 7、营业低峰期，保证客人的茶点 2 分钟内上齐，营业高峰期，保证客人茶点 5 分钟内上齐。
- 8、保持室内清洁卫生，桌面无浮尘，地面无垃圾，地面无烟迹。

第五部分 财务计划

一、资产负债表

单位：元

资 产	年初数	期末数	负债和所有者权益（或股东权益）	年初数	期末数
流动资产：			流动负债：		
货币资金		5000	短期借款		50000
短期投资		50000	应付票据		

应收票据			应付账款		5000
应收股息			应付工资		20000
应收账款			应付福利费		
其他应收款			应付利润		
存货		5000	应交税金		2000
待摊费用			其他应交款		
一年内到期的长期债权投资		50000	其他应付款		3000
其他流动资产		70000	预提费用		
流动资产合计		180000	一年内到期的长期负债		50000
长期投资：			其他流动负债		
长期股权投资		20000	流动负债合计		130000
长期债权投资			长期负债：		
长期投资合计		20000	长期借款		50000
固定资产：			长期应付款		
固定资产原价		60000	其他长期负债		
减：累计折旧					
固定资产净值		60000	长期负债合计		50000
工程物资					
在建工程			负债合计		180000
固定资产清理			所有者权益（或股东权益）：		
固定资产合计		60000	实收资本		100000
无形资产及其他资产：			资本公积		
无形资产		20000	盈余公积		
长期待摊费用			其中：法定公益金		
其他长期资产			未分配利润		
无形资产及其他资产合计		20000	所有者权益（或股东权益）合计		100000
资产合计		280000	负债和所有者权益（或股东权益）总计		280000

二、利 润 表

单位：元

项 目	本月数	本年累计数
一、主营业务收入	17000	
减：主营业务成本	10000	

主营业务税金及附加	1500	
二、主营业务利润（亏损以“－”号填列）	5500	
加：其他业务利润（亏损以“－”号填列）	5000	
减：营业费用	2000	
管理费用	1000	
财务费用	600	
三、营业利润（亏损以“－”号填列）	6900	
加：投资收益（损失以“－”号填列）	5000	
营业外收入	3000	
减：营业外支出	1500	
四、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	13400	
减：所得税	2278	
五、净利润（净亏损以“－”号填列）	11122	

三、现金流量表

单位：元

项 目	上年数	本年数
一、经营活动产生的现金流量：		
销售商品、提供劳务收到的现金		17000
收到的其他与经营活动有关的现金		3000
现金流入小计		20000
购买商品、接受劳务支付的现金		3000
支付给职工以及为职工支付的现金		5000
支付的各项税费		3200
支付的其他与经营活动有关的现金		2300
现金流出小计		10500
经营活动产生的现金流量净额		9500
二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资所收到的现金		10000
取得投资收益所收到的现金		50000
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额		
收到的其他与投资活动有关的现金		3500
现金流入小计		63500
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金		7000
投资所支付的现金		5000
支付的其他与投资活动有关的现金		3000
现金流出小计		15000
投资活动产生的现金流量净额		48500
三、筹资活动产生的现金流量：		

吸收投资所收到的现金		100000
借款所收到的现金		100000
收到的其他与筹资活动有关的现金		20000
现金流入小计		220000
偿还债务所支付的现金		100000
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金		20000
支付的其他与筹资活动有关的现金		7000
现金流出小计		127000
筹资活动产生的现金流量净额		93000
四、汇率变动对现金的影响		-
五、现金及现金等价物净增加额		+

第六部分 融资计划

一、融资方式

- 股权性融资（直接融资）。股权是公司的股东投资到公司的资本。股权在不同的财产组织形式上有着不同的体现方式。正因其有着不同体现方式，所以产生了不同的股权融资工具。直接融资总计约 10 万元。
- 债权性融资（间接融资）。债权资金是在一定期限满后企业必须偿还本金并支付利息的资金，这部分资金不是股东的资本，但可利用这种资金为股东带来利益。债权性融资主要有向金融机构贷款和发行企业债券两种形式。目前中小企业主要是采用向金融机构贷款的方式。债权融资的工具具有抵押贷款、信用贷款、质押贷款等国际债权融资方面有银行保函，银行备兑信用证融资，此外还有资产锁定融资。间接融资金额大约是 10 万元。

二、资金用途

我们 Taste(品味)融资的用途在于店铺的租赁以及店面的装修。对于咖啡店而言，那些设备也是必须的，我们把那些资金用于店铺的租赁费、装修费，咖啡机及其他设备的购买等。

第七部分 风险控制

餐饮业经营者责任险

在社会上流传着这样一种说法：理想的生活就是住在英国的乡村，用着德国的电器，有个日本的太太，法国的情人，外加一个中国的厨子。单不论这是不是所有人的理想的生活标准，字里行间却透着这样一个信息：食在中国。这话不假，中国是非常讲究吃的国家，也是世界上餐饮业最发达的国家。中国的饮食文化源远流长，餐饮业是中国历史最悠久的行业之一。

餐饮业是指通过即时加工制作、商业销售和服务性劳动等手段,向消费者提供食品(包括饮料)、消费场所和设施的食品生产经营行业。随着餐饮业的不断发展，人们在外就餐频率变得更高，随之而来的各种责任事故也层出不穷，食客与餐厅之间民事赔偿责任纠纷数量越来越多。

从保险角度来讲，餐馆行业所特有的这些民事责任风险，是可以向保险公司进行转移的，最适合的责任险保险产品是“餐饮经营者责任保险”。为了规避经营风险，餐馆购买餐饮业经

营者责任保险无疑将是最简单而且最实用的方法。餐饮经营者责任险是保险公司针对领有工商执照、税务登记与卫生许可证，从事餐饮经营旅游饭店、餐厅、自助餐和盒饭业、冷饮业、酒吧、咖啡屋、茶馆、摊贩以及非经营性食堂等场所开设的一种较新的责任保险，也是公众责任险的一种创新形式。