

# 2023年咖啡的创业计划书 咖啡店创业计划书(实用9篇)

计划是一种为了实现特定目标而制定的有条理的行动方案。什么样的计划才是有效的呢？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢！

## 咖啡的创业计划书篇一

咖啡是世界三大饮料之一，作为西方的舶来品，在中国确是家喻户晓，有着极为深远的历时背景和现实意义。随着时代的发展和人们生活理念的进一步改变，咖啡业也在以一种迅猛的速度发展。开一家咖啡店，要做出完善准确的经营计划方案，必须要切实可行。

年龄：18—35岁

特点：在我国他们拥有较高的知识文化水平，有区别于其他群体独有的价值观。他们追奇求新，尊重个性，紧跟潮流，渴望独立，寻求刺激，却又带有些许怀旧，希望获得成就感、归属感和安全感。

据调查结果显示，消费者认为每杯咖啡价格在31-50元的选择比率最高，达到39.0%；其次是认为每瓶咖啡的价格在51-100元最适合的比率为28.6%；选择在30元以下的占18.7%；认为每瓶咖啡的价格在101-150元的消费者选择比率为9.8%；选择其它价格区间的消费者比率很少。从调查数据中我们可以得出，消费者认为每瓶咖啡价格定在31-100元之间都是适合的。该项消费者需求的调研数据是咖啡生产企业为每瓶咖啡产品进行价格定位的重要依据。

店长1名；

行政人事部：正、副部长各1名，档案管理员1名；

财会部：部长1名，会计1名，收银员1名；

市场部：部长1名，成员3名；

采购部：设部长1名，采购人员若干，记录员2名；

酒水服务部：部长1名，服务员4名，调酒师2名，点心饮品师傅若干；

2. 活动主题：同你的朋友来这里邂逅

广告语：亚当与夏娃的相遇，如生活与咖啡的邂逅般美丽。

3. 活动内容：在所有校园内的宣传栏上张贴pop宣传画，注明主题和广告语

4. 活动方式：

1) 消费满xx元钱，可送一张积分卡，积满x分送一杯xx口味的咖啡

2) 选择xx口味的咖啡送精美礼品一份

5. 活动目的：入客数增加20%，让广大大学生了解咖啡屋，扩大咖啡屋的知名度，树立完整的形象。

6. 其他宣传形式的配合

a制定dm和优惠券发放给周围高校的大学生，吸引顾客认识和接受

b网络广告：校园网□flash制作，表现咖啡屋的饮用场景，将

休闲和舒适的环境融入其中，营造活动氛围(网络点击链接咖啡屋网址，注册，加入咖啡屋俱乐部，获得优惠券)

c广播广告：宣传咖啡屋里的产品，让大学生更了解我们的情况。

d校园电视传媒：系列广告片宣传(播放频次、什么时间播放、是否集中在受众的“空闲”时间、效果测试)。

比如，每日收入、咖啡销售量、本金、利润等。

如若，一直以来顾客稀少销售额降低，应作出相应价格调整，深入市场，加大宣传力度。若出现竞争者且用不正当手段拉拢顾客，则利用高质量，高效率守信，价格低面对挑战，尊重经商道德，净化市场。

## 咖啡的创业计划书篇二

### 1. 市场背景

喝咖啡是一种时尚，同时，喝咖啡也成了一种文化，一种情调，一种生活方式。随着咖啡文化的普及，校园已经成为咖啡文化定居的重要场所。咖啡馆已经成为人们相互交流和娱乐的重要场所。其价值在于能够为消费者提供高层次的精神享受。咖啡不仅仅是一种饮料，更是一种氛围文化和人生追求。经济和社会的发展必须映射到校园，咖啡文化的消费在校园市场大有可为。

### 2. 市场情况

目前大学周边有很多咖啡馆，针对大学市场。以武大为例，罗市路的咖啡馆密度在武汉其他地方并不常见，所以现在咖啡消费市场的竞争非常激烈。校外咖啡店都把高校师生作为自己的潜在客户来考虑和对待，但并没有明确的细分和定

位——他们不仅为高校师生提供咖啡。如何通过经营一家定位于大学市场的校园咖啡店，在激烈的竞争中取胜，需要综合考虑各种有利和不利因素，发挥自身优势，为客户创造差异化价值，从而在校园市场上分一杯羹。

### 3. 校园咖啡厅的特点

高校是人口密集的地方，同时又有较高的知识文化素质，接受更多的西方思想和生活方式，容易接受新事物。他们强烈渴望追求更高级的生活方式。一些群体消费水平较高，有更多的可支配收入购买非生活必需品。一方面，在校园里经营咖啡店可以丰富师生的生活；另一方面，它对运营商来说有很大的潜力。

## 第二部分:规划方案

- 1、地理上更接近受众，节省客户时间和成本，方便消费者。
2. 情感上，校园咖啡馆更容易被消费者接受，甚至有些消费者本能地排斥商业气息浓厚的校外咖啡馆。
3. 容易群体消费，人群集中，容易产生示范和模仿的消费效果。
4. 其实力不如校外咖啡店强，管理经验不足，影响力较弱。
5. 消费群体单一，消费时间相对集中，增加了管理成本和运营成本。
6. 目前校园市场是一块未开发的处女地，消费群体集中，消费潜力巨大。
7. 年轻人居多。习惯和消费偏好一旦形成，就很容易形成客户忠诚度。

8. 一旦成功，就很容易导致后续的竞争对手。

9. 校外很多咖啡馆容易分流客户。

消费群体分析:群体构成分析校园市场潜在客户的年龄收入,消费习惯比较简单,为有针对性、高效的营销提供了可能。按职业分为学生和教师两类。在高校中,学生人数最多,其次是教职工。学生中,本科生最多。

学生消费群体:按学历分为本科生和研究生,本科生按成绩分为入巢、守巢、出巢三个阶段。

本科:

1. 入巢:以大一新生为主。我是新来的。我对学校环境和周围环境很熟悉。对什么都好奇。我有足够的课外时间。我对学校内外甚至武汉的饮食有浓厚的兴趣。此外,通过社区活动和其他与师兄师姐的接触,我们逐渐建立了对学校环境和社会环境的总体认识。虽然筑巢第一年不会有频繁的咖啡消费行为,但这是树立良好形象的关键时期(大一新生总是对新鲜事物充满好奇,容易接受和先入为主,容易建立良好的第一印象,可以长期保持)。事实上,筑巢期的一些先行者开始体验它,对其他筑巢者起到示范和指导作用。

2. 守窝:主要是大二大三。大一新生经过困惑适应期,心态逐渐与学校环境同步,消费行为从必需品(手机、电子词典、衣服等)的消费转变。)到非生活必需品的体验和情感消费。有的人在找兼职,可支配收入增加。与此同时,相当一部分处于筑巢期的消费群体开始谈恋爱,他们的情绪需要表达出来。咖啡是一种很好的寄托和方式。情侣市场大有可为。

3. 离巢:高三学生可以归类为离巢。由于就业和考研的压力,可支配的剩余时间减少,可以采用情感营销来营造强烈的归属感,获得消费者的情感认同。

## 硕博士

这是一个不同于本科生的消费群体。一方面，他们学历更高，可支配收入更多，消费习惯更理性，思想更成熟。另一方面，他们不是专业的上班族，有足够的时间和更高层次的生活追求，容易成为忠诚的咖啡消费者。另一个群体是mba等群体，有着丰富的社会经验和一定的经济收入，成熟稳重，追求生活的品味，是咖啡的巨大潜在消费者。

## 教师消费群体

1. 青年教师:刚毕业留校的青年教师普遍单身，没有家庭，正在转变学生和教师的角色。过稳定的生活，有稳定的收入，容易接受新事物，追求自己的生活方式。
2. 其他教师:与青年教师相比，收入更高，有孩子有家庭，可支配收入更多。是潜在的咖啡消费者。

## 其他客户群体

社会消费群体，因为临时留在武大是为了感受武大的氛围，或者是为了节日和活动(樱花节、年会、朋友来访等。)，构成移动消费群体。

## b□消费能力和消费习惯分析:

1. 在被调查的本科生中，月生活费主要在400-500之间，占37.1%，其次是400以下和500-700，分别占26.2%和21.9%，占总数的85.2%，构成本科生月生活费的主要部分。可以看出，在武汉物价水平的大环境下，学生消费群体的可支配收入并不是特别紧张，同时也不充裕。
2. 在咖啡和西餐的消费偏好调查中，可以发现，约有四分之一的目标消费群体喜欢，约有一半的人态度一般，没有特别

偏好，占整体的大多数，只有15%左右的顾客不喜欢。

3. 在咖啡和西餐的消费频率调查中，我们可以发现，四分之一的目标客户选择经常去，三分之一的客户选择偶尔去，但选择不去，没有这种需求的潜在客户也占四分之一。对比以上，我们发现部分潜在消费者(10%左右)对咖啡和西餐印象较好，但经过宣传和市场开发，他们的需求意识处于深度睡眠状态。

## 咖啡的创业计划书篇三

主要经营范围：咖啡类：蓝山，拿铁，摩卡，卡布其诺，意大利，哥伦比亚，巴西等等。(咖啡类为本店特色,均为现磨现煮的咖啡。)

酒类：红酒，葡萄酒，鸡尾酒，白酒，香槟，桂花酒，白兰地，各式啤酒等。

奶茶：各种口味奶茶，如草莓，青苹果，巧克力，芒果等。下午茶：绿茶，红花茶，人参乌龙茶,几种花草茶等。甜点：各式精致甜点，如慕斯,饼干，蛋糕等。还有多种口味的沙冰和冰激凌。

企业类型： 服务

### 二、 创业计划作者的个人情况

姓名□xx

邮件地址□xx@

联系电话□xxxxxxx

### 三、 市场评估

- 1、 目标顾客描述:在校大学生及老师。商务楼的商业人士。
- 2、 市场容量或本企业预计市场占有率: 1%
- 3、 竞争对手的主要优势: 产品数量较多, 发展历史久, 资金充裕, 被众多客人认可。
- 4、 竞争对手的主要劣势: 产品模式固定, 不灵活。
- 5、 本企业相对于竞争对手的主要优势: 发展初期可以采用不同的经营模式, 选择最适合的咖啡店创业计划书咖啡店创业计划书。
- 6、 本企业相对于竞争对手的主要劣势: 资金少, 不被客人认可。

## 咖啡的创业计划书篇四

### 背景

在中国, 人们越来越爱喝咖啡。随之而来的“咖啡文化”充满生活的每个时刻。无论在家里、还是在办公室或各种社交场合, 人们都在品着咖啡。咖啡逐渐与时尚、现代生活联系在一起。遍布各地的咖啡屋成为人们交谈、听音乐、休息的好地方, 咖啡丰富着我们的生活, 也缩短了你我之间的距离, 咖啡逐渐发展为一种文化。随着咖啡这一有着悠久历史饮品的广为人知, 咖啡正在被越来越多的中国人所接受。

### 项目介绍

咖啡店由西安外事学院在校学生自主创办, 在学校正门右边街道一个显眼的位置, 这里虽然装修简单, 但特别有家的味道, 甚至比家还温馨, 还放松。南面墙全部是书架, 上面横七竖八地摆满了各种书籍。吧台坐落在正中央, 吧台后面的



墙上挂着一个木质的酒架，码放着各式各样咖啡豆，北面除了大门外，余下的部分全部是明亮的玻璃飘窗，窗台很低，上面落满了各种杂志，靠窗的地方只摆放着方桌，每桌可以坐4-6人。但是，这里的空气、光线、声音更让人迷恋、难舍，感觉就像在家里一样轻松自由。

## 创业优势

目前大学校园的这片市场还是空白，竞争压力小。而且前期投资也不是很高，现在国家鼓励大学生毕业后自主创业，有一系列的优惠政策以及贷款支持。再者大学生往往对未来充满希望，他们有着年轻的血液、蓬勃的朝气，以及“初生牛犊不怕虎”的精神，而这些都是一个创业者应该具备的素质。大学生在学校里学到了很多理论性的东西，有着较高层次的技术优势，现代大学生有创新精神，有对传统观念和传统行业挑战的信心和欲望，而这种创新精神也往往造就了大学生创业的动力源泉，成为成功创业的精神基础。大学生创业的最大好处在于能提高自己的能力、增长经验，以及学以致用；最大的诱人之处是通过成功创业，可以实现自己的理想，证明自己的价值。

## 预算

### 1、咖啡店店面费用

咖啡店店面是租赁建筑物。与建筑物业主经过协商，以合同形式达成房屋租赁协议。协议内容包括房屋地址、面积、结构、使用年限、租赁费用、支付费用方法等。租赁的优点是投资少、回收期限短。预算10-15平米店面，启动费用大约在9-12万元。

### 2、装修设计费用

# 咖啡的创业计划书篇五

咖啡，成为越来越多人的宠儿。创业，从开家咖啡店开始，也是不少人的选择。创业第一步要写好创业计划书，想开咖啡店的朋友们有福了，给大家推荐一篇咖啡店创业计划书。咖啡，成为越来越多人的宠儿。创业，从开家咖啡店开始，也是不少人的选择。创业第一步要写好创业计划书，想开咖啡店的朋友们有福了，在此，笔者为大家推荐一份完整的咖啡店创业计划书。

## 第一部分：背景

在中国，人们越来越爱喝咖啡。随之而来的“咖啡文化”充满生活的每个时刻。无论在家里、还是在办公室或各种社交场合，人们都在品着咖啡。咖啡逐渐与时尚、现代生活联系在一起。遍布各地的咖啡屋成为人们交谈、听音乐、休息的好地方，咖啡丰富着我们的生活，也缩短了你我之间的距离，咖啡逐渐发展为一种文化。随着咖啡这一有着悠久历史饮品的广为人知，咖啡正在被越来越多的中国人所接受。

## 第二部分：项目介绍

咖啡店由西安\*\*学院在校学生自主创办，在学校正门右边街道一个显眼的位置，这里虽然装修简单，但特别有家的味道，甚至比家还温馨，还放松。南面墙全部是书架，上面横七竖八地摆满了各种书籍。吧台坐落在正中央，吧台后面的墙上挂着一个木质的酒架，码放着各式各样咖啡豆，北面除了大门外，余下的部分全部是明亮的玻璃飘窗，窗台很低，上面落满了各种杂志，靠窗的地方只摆放着方桌，每桌可以坐4-6人。但是，这里的空气、光线、声音更让人迷恋、难舍，感觉就像在家里一样轻松自由。

## 第三部分：创业优势

目前大学校园的这片市场还是空白，竞争压力小。而且前期投资也不是很高，现在国家鼓励大学生毕业后自主创业，有一系列的优惠政策以及贷款支持。再者大学生往往对未来充满希望，他们有着年轻的血液、蓬勃的朝气，以及“初生牛犊不怕虎”的精神，而这些都是一个创业者应该具备的素质。大学生在学校里学到了很多理论性的东西，有着较高层次的技术优势，现代大学生有创新精神，有对传统观念和传统行业挑战的信心和欲望，而这种创新精神也往往造就了大学生创业的动力源泉，成为成功创业的精神基础。大学生创业的最大好处在于能提高自己的能力、增长经验，以及学以致用；最大的诱人之处是通过成功创业，可以实现自己的理想，证明自己的价值。

#### 第四部分：预算

##### 1、咖啡店店面费用

咖啡店店面是租赁建筑物。与建筑物业主经过协商，以合同形式达成房屋租赁协议。协议内容包括房屋地址、面积、结构、使用年限、租赁费用、支付费用方法等。租赁的优点是投资少、回收期限短。预算10-15平米店面，启动费用大约在9-12万元。

##### 2、装修设计费用

##### 3、装修、装饰费用

具体费用包括以下几种。

(1) 外墙装饰费用。包括招牌、墙面、装饰费用。

(2) 店内装修费用。包括天花板、油漆、装饰费用，木工、等费用。

(3)其他装修材料的费用。玻璃、地板、灯具、人工费用也应计算在内。

整体预算按标准装修费用为360元/平米，装修费用共 $360*15=5400$ 元。

#### 4、设备设施购买费用

具体设备主要有以下种类。

(1)沙发、桌、椅、货架。共计2250元

(2)音响系统。共计450

(3)吧台所用的烹饪设备、储存设备、洗涤设备、加工保温设备。共计600

(4)产品制造使用所需的吧台、咖啡杯、冲茶器、各种小碟等。共计300

净水机，采用美的品牌，这种净水器每天能生产12l纯净水，每天销售咖啡及其他饮料100至200杯，价格大约在人民币1200元上下。

咖啡机，咖啡机选择的是电控半自动咖啡机，咖啡机的报价现在应该在人民币350元左右，加上另外的附件也不会超过1200元。

磨豆机，价格在330—480元之间。

冰砂机，价格大约是400元一台，有点要说明的是，最好是买两台，不然夏天也许会不够用。

制冰机，从制冰量上来说，一般是要留有富余。款制冰机每

天的制冰量是12kg□价格稍高550元，质量较好，所以可以用很多年，这么算来也是比较合算的。

5、首次备货费用

6、开业费用

开业费用主要包括以下几种。

(1) 营业执照办理费、登记费、保险费;预计3000元

(2) 营销广告费用;预计450元

7、周转金

共计：

第五部分：发展计划

1、营业额计划

2、采购计划

## 咖啡的创业计划书篇六

咖啡作业商场规划跟着人们日子水平的行进，越来越多的人接受咖啡、喜欢咖啡。根据一项在12个内陆城市的查询数据闪现，32%的城市居民喝咖啡，在从前一年内喝过速溶咖啡的人口比例在30%以上的区域除了上海之外，还有北京、昆明、厦门、杭州和天津。其间青年男女在咖啡馆消费，家庭主妇，35岁以上的都市白领成为在家饮用咖啡添加是最快的团体。

由于咖啡深受消费者的喜欢，在全国范围内咖啡馆的数量早已突破了10万家。但从近几年的情况来看，咖啡馆“大进

发”作业洗牌加重，2016年全年咖啡馆数量呈现了负添加。到2016年12月16日全国有咖啡店90943万家。

2011年~2016年，我国咖啡商场年复合添加率为13.5%，2016年商场规划抵达147.93亿元人民币。另根据一项在12个内陆城市的查询：32%的城市居民喝咖啡。其间青年男女、家庭主妇、都市白领成为饮用咖啡添加最快的团体。全国现在至少开设有至少两万家，首要都会合在三线或以上的城市。

估量未来五年内，我国咖啡商场仍将坚持较高增速，年复合添加率坚持8.3%左右；到2021年，我国咖啡商场规划将达220.69亿元人民币。在细小添加以及消费晋级下，随之而来的是咖啡馆也不断更新晋级。

## 精品化

跟着咖啡文明的广泛，资深的、考究的咖啡行家越来越多，主动咖啡机冲泡的咖啡现已难以满足他们的需求，他们寻求更个性化、更高质量的精品咖啡，热衷于手冲、冰滴、虹吸等精品咖啡的制造办法。

据我国十二城市查询陈述闪现，32%的城市居民有喝咖啡的习气。虽然相较于欧洲的5.6公斤与美国的4.2公斤，我国人均咖啡年饮用量仅有0.03公斤，可是我国却有着最快的咖啡销量添加速度。

其时，在遭到西式日子，以及对新鲜事物与西式餐饮文明的多重影响下，我国咖啡文明应运而生，我国消费者对咖啡品牌与口味开端有所注重。

针对我国商场而言，美国的星巴克与英国的costa是最受我国消费者喜欢的大型连锁咖啡品牌，但其商场定价较高，且只选用直营办法，让许多消费者与投资者望而生畏。

# 咖啡的创业计划书篇七

名字的原由：

xx□在每个人的心中必定代表着一次刻骨铭心的经历，可是在回忆时却发现那些本以为会牢牢记住的人的身影已经变的模糊，只记得几句话，或者是某个人声音。模糊的身影和清晰的声音，再加上安静的环境，以及一段旋律优美的音乐，很容易让人沉浸在回忆当中，默默的忧伤。

因为咖啡是源于西方的饮品，则应该更倾向于西方的文化，对于西方人来说，咖啡不仅仅作为提神的饮品，更可以让自已得到彻底的放松，让心宁静。所以我认为咖啡店要营造一种安静的气氛，尤其是您的定位为品位高的咖啡、商务休闲场所，客人的素质必将会比较高，对环境的要求肯定会更高，所以名字也要有诗意和深刻的内涵。所以取名---xx咖啡厅。

摘要

## （一）公司基本情况

一、项目名称□xx咖啡厅

二、经营范围：咖啡、西餐、茗茶、各类小点心等

三、行业类型：餐饮业

四、项目投资：约200万元

五、场地设置□xx区

六、消费对象：中高层消费者

七、经营面积：约200平方米

八、项目概况：为顾客营造一个放松、舒适、浪漫环境而且提供方便（主要提供咖啡、茗茶、各类小点心等），还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。

九、经营宗旨□xx咖啡厅旨在为所有顾客提供一个放松、舒适、浪漫环境而且物美价廉、时尚休闲等，令顾客满意的服务。

## （二）产品 / 服务介绍

xx咖啡厅不仅提供中外各式经典咖啡，如摩卡、蓝山、牙买加极品咖啡、冰冻奶油块咖啡、花式咖啡、白咖啡、老怡保白咖啡、玛琪雅朵等，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，力使浪漫咖啡厅成为所有白领人士或情侣的休憩之地。门旁挺立着碧绿的翠竹，屋内挂着精致的作品，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，你可以周围的秀丽风光，领略开发区的漂亮景色。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，××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，未来十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□xx区的咖啡市场并不激烈，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，既靠近商业街，有靠近居民小区，客流量和消费能力都能够满足。

#### （五）财务分析

##### （一）投资估算：

二、流动资金及原材料备用金x万元

三、成本控制（每月）：租金x元，材料进货费用x元，人员工资大约x元，按不同的级别不同的工资，不可预支薪水的x□□小计每月成本约□x元，其他开支约□x元。月均营业额□x元。

四、盈利能力（月）：营业额—成本=营业利润□x□年利润□x元

五、投资回收期：投资回收期□x年

##### （六）融资计划

向银行贷款注册资本的x%然后剩余的由三个股东分摊。期限为两年。其间如有一股东退出，此股东变卖只能持有15%的股份。

## （七）风险控制

各行各业都有其自身的风险性，而作为餐饮业的咖啡厅，在与消费者消费过程中也存在着一定的风险，比如食物中毒、火灾等。那么在风险面前如何控制呢？首先，对食品进行检测，保证食品的质量与安全；第二，严格做好防火灾系统等。还有转移风险，对咖啡厅进行投保，即使发生什么意外，可以把风险降到最低。

## 第一部分公司概况

### （一）公司介绍

xx咖啡厅以典雅风格为主的新开休闲咖啡厅，本着“优质咖啡，服务优良”的理念来推广咖啡精神及文化。咖啡厅提供一流的咖啡及甜点以供满足所有消费者的需要。xx咖啡厅本着发扬咖啡文化的责任选择出具有特色的xx咖啡厅的咖啡文化。xx咖啡厅给人温暖、典雅、舒适的感觉，是充满年轻朝气，有咖啡内涵的品位场所。

### 1、主要股东

股东名称 出资额 出资形式 股份比例 联系电话

李xxx万元 现金 x% 159\*

刘xxx万元 现金 x% 134\*

周xxx万元 设备 x% 131\*

## 2、团队介绍

### 1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：

店长兼总经理：李丽欣

文档为doc格式

## 咖啡的创业计划书篇八

### 管理理念

尊重餐饮业人员的独立人格

互相监督：管理层监督员工的工作，同时员工也能够向上级提出自我的意见或见解

公平对待，一视同仁，各尽所能，发挥才干

### 部门设置与职责

店长

行政人事部

主要职责

人员到职与离职的相关办理

各类人事资料的汇总，建档及管理，员工档案资料管理

员工请假，调休假作业，出勤状况，稽查，统计作业

员工考勤，督导并薪资核算

对本店各项工作的纪律检查

做好每次会议的会议记录

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

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

薪酬制度：记时工资制

工作轮班组织：固定单班制

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一天的工作人员。

## 咖啡的创业计划书篇九

技术合作形式。结合我们是商务、休闲咖啡专卖店的特点，建议合作者在高档写字楼[cbd]商圈、高科技园区、网吧、车站、电影院、码头或其他有市场空隙之处等地域选址；统一装修风格、统一产品；总部提供技术支持（包括人员培训）和产品（咖啡豆、茶）配送。

### 1、产品和服务描述

出售咖啡、茶类、酒水、简餐等商品，并为客人提供优良的

环境和服务，让消费者在这里展现一种品位、体验一种文化、寄托一种情感，使咖啡吧成为商务休闲、情侣聚会的好场所。

这些业务与投资场所业主的产业没有冲突。反而可以与投资场所业主的客源优势互补。

## 2、竞争比较

同行竞争格局对我们有利，能更好的提升我们的知名度。相对而言，我们管理水平、产品和服务质量,都占有相当的优势。

## 3、资源、技术

咖啡店是要求规模和档次的行业，也是一个对产品和服务要求严格的行业，毕竟其带有高消费色彩，消费者必然在意自己消费价值的充分体现。要达到这些，对投资者的资源、技术有很高的要求。投资者选择加盟合作方式，一方面获得了充分的资源、先进的设备和技术，一方面也避免了不少经营风险。

### 1、市场需求

(1) 稳定的老客户资源。

(2) 写字楼与宾馆客源。

(3) 购物娱乐场所。

(4) 成熟居民小区。

(5) 外企及本地区众多的it类企业、公司等新兴产业。

(6) 如本区域各种学校众多，当中的教职工和学生情侣也是潜在客源。

## 2、行业发展趋势

(1)咖啡消费市场发展迅速，已经成为城市消费一大潮流，市场前期培育已经结束。雀巢、麦斯威尔、哥伦比亚等国际咖啡公司纷纷在中国设立分公司或工厂，根据一项在12个内陆城市的调查，32%的城市居民喝咖啡。过去一年内喝过速溶咖啡的人口比例在30%以上的地区除了上海之外，还有昆明、厦门、杭州和天津。

2)咖啡消费品位越来越高，文化的魅力就是市场的魅力。单纯速溶咖啡已远远不能满足要求了，消费者开始认知咖啡的品牌、风格和知道如何享受咖啡带来的乐趣。

(3)教育水准、家庭月收入 and 饮用咖啡的频率相关。意味着咖啡这种西方传入的饮料在中国大陆是一种象征优势阶层的生活方式。

## 3、竞争分析

(1)与强势品牌店的间接竞争。

目前各大城市中星巴克(starbuckscoffee),以及来自台湾的老树咖啡☐x咖啡等等都在x分秋色。

(2)直接竞争对手。小型咖啡厅受众人群向对较小，方圆1公里以内没有其他咖啡厅是必要因素。

文档为doc格式