

2023年礼品店创业计划书摘要 生日礼品店创业计划书(模板5篇)

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

礼品店创业计划书摘要篇一

咖啡店越来越成为白领及成功人士必不可少的休闲饮品，无论是谈生意还是朋友见面聊天，咖啡店都是不错的选取，因此，对于创业者来说，能够开一家咖啡店也是不错的选取。

一、公司基本状况

(一)项目名称：往昔之音咖啡厅

(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：上海浦东新区

(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、浪漫环境而且带给方便(主要带给咖啡、茗茶、各类小点心等)，还带给在校大学生兼职，以满足礼貌大都市人们追求精神需要带给优

质服务。

(九)经营宗旨：往昔之音咖啡厅旨在为所有顾客带给一个放松、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

1、往昔之音咖啡厅不仅仅带给中外各式经典咖啡，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；以最低的价格带给最好的服务的宗旨，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，你能够周围的秀丽风光，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带给方便。

2、核心竞争力或技术优势

我们的往昔之音咖啡厅虽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，还极少竞争者。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，为员工带给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，其中慢慢的把我们往昔之音咖啡厅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：有选取地参与一些温情、励志的电影和图书的推广和发行。

我们往昔之音咖啡厅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，我们能够为其带给他所熟悉和满意的服务。有时，不用他们自我开口，就已经把他们所需的产品送至他们身边。

三、行业/市场分析

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。但是，分析推断，未来5年咖啡饮料的发展就应比较快，持续在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，公司一向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光。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、业务现状

目前，上海浦东新区的咖啡市场并不激烈，个性是在居民小区周围，还没有相应的竞争者和竞争压力。而且，位置个性有利，既靠近商业街，有靠近居民小区，客流量和消费潜力都能够满足。

五、财务分析

(一) 投资估算：

2、流动资金及原材料备用金 20万元

3、成本控制(每月)：租金20000元，材料进货费用50000元，人员工资大约60000元，按不一样的级别不一样的工资，不可预支薪水的10%。小计每月成本约：80000元，其他开支约：20000元。月均营业额：300000元。

5、投资回收期：投资回收期： $2000000/840000 \approx 3$ 年

六、融资计划

向银行贷款注册资本的50%，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必须的风险，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，能够把风险降到最低。

八、公司经营战略

我们咖啡的发展方向是能够使周围大多数明白、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，咖啡的构成力必须要很强，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，更要应对各种商店的竞争，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，同时还要具备商谈潜力。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，并带给各种服务设施。我们的目标是在这一带养成我们店的忠实消费者。

礼品店创业计划书摘要篇二

咖啡，成为越来越多人的宠儿。创业，从开家咖啡店开始，

也是不少人的选取。创业第一步要写好创业计划书，现给大家推荐一篇实用咖啡店创业计划书。从背景、项目介绍、创业优势、预算、首次备货费用、开业费用、周转金七个方面全面系统地阐述了开一家中小型咖啡店的必备因素。

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、现代生活联系在一齐。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理解。

第二部分：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，那里虽然装修简单，但个性有家的味道，甚至比家还温馨，还放松。南面墙全部是书架，上方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，上方落满了各种杂志，靠窗的地方只摆放着方桌，每桌能够坐4-6人。但是，那里的空气、光线、声音更让人迷恋、难舍，感觉就像在家里一样简单自由。

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，此刻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期望，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就应具备的素质。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潜力、增长经验，以及学以致用；最大的诱人之处是透过成功创业，能够实现自我的理想，证明自我的价值。

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。协议资料包括房屋地址、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 $360 \times 15 = 5400$ 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，这种净水器每一天能生产12l纯净水，每一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，咖啡机选取的是电控半自动咖啡机，咖啡机的报价此刻就应在人民币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。款制冰机每一天的制冰量是12kg□价格稍高550元，质量较好，所以能够用很多年，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

依据拟订的商品计划，实际展开采购作业时，为使采购资金得到有效运用以及商品构成达成平衡，务必针对设定的商品资料排定采购计划。透过营业额计划、商品计划与采购计划的确立，我们不难了解，一家咖啡店为了营业目标的达成，同时有效地完成商品构成与灵活地运用采购资金，各项基本的计划是不可或缺的。当一家咖啡店设定了营业计划、商品计划及采购计划之后，即可依照设定的采购金额进行商品的采购。经过进货手续检验、标价之后，即可写在菜单上。之后务必思考的事情，就是如何有效地将这些商品销售出去。

4、人员计划

为了到达设定的经营目标，经营者务必对人员的任用与工作的分派有一个明确的计划。有效利用人力资源，开展人员培训，都是我们务必思考的。

5、经费计划

经营经费的分派是管理的重点工作。通常能够将咖啡店经营

经费分为人事类费用(薪资、伙食费、奖金等)、设备类费用(修缮费、折旧、租金等)、维持类费用(水电费、消耗品费、事务费、杂费等)和营业类费用(广告宣传费、包装费、营业税等)。还能够依其性质划分成固定费用与变动费用。我们要针对过去的实际业绩设定可能增加的经费幅度。

6、财务计划

财务计划中的损益计划最能反映全店的经营成果。咖啡店经营者在营运资金的收支上要进行控制，以便做到经营资金合理的调派与运用。

总之，以上所列的六项基本计划(营业额、商品采购、销售促进、人员、经费、财务)是咖啡店管理不可或缺的。当然，有一些咖啡店为求管理上更深入，也能够配合工作实际需要制订一些其他辅助性计划。

第六部分：市场分析

20xx-20xx年中国咖啡市场经历了高速增长阶段，在此期间咖啡市场总体销售的复合增长率到达了17%；高速增长的市场为咖啡生产企业带来了广阔的市场空间，国外咖啡生产企业如雀巢、卡夫、ucc等企业纷纷加大了在中国的投资力度，为争取未来中国咖啡市场的领先地位打下了良好的基础。

咖啡饮料主要是指速溶咖啡和灌装即饮咖啡两大类咖啡饮品；在速溶咖啡方面，20xx-20xx年间中国速溶咖啡市场规模年均增长率到达16%，显示出还处于成长阶段的中国速溶咖啡市场的高增长性和投资空间；在灌装即饮咖啡方面，20xx-20xx年间中国灌装即饮咖啡市场年均增长率也同样到达15%；未来几年，中国咖啡饮料的前景仍将被看好。

现今咖啡店主要是以连锁式经营，市场主要被几个集团垄断。但由于几个集团的咖啡店并没有个性主题，很难配合讲求特

式的年青人。我们亦有思考到其他饮品店的市场竞争状况，但发现这些类似行业多不是以自助形式经营，亦很难配合讲求效率年青人。故我们认为开设自助式主题咖啡店能到达年青人的需要，尚有很多发展空间。有数据证明，中国的咖啡消费量正逐年上升，而有望成为世界重要的咖啡消费国。

第六部分：营销策略

1、同行业竞争分析

知己知彼，百战百胜。咖啡店经营者应随时关注竞争者的经营动态及其产品构成状况，并进行深入的比较与分析，借以占据经营上的有利地位，保证采取比竞争对手更有效的销售策略。

咖啡店经营者绝不能忽视市场情报，必须要随时掌握最新的相关资料与信息。针对咖啡店地址的特点与顾客特征，不断地提高产品与服务的质量，提高顾客来店的频率，进而提高咖啡店的业绩。

2、销售促进计划

咖啡店基本的特点是定点营业。但是目前市场竞争日益激烈，为使业绩得到有力发展，咖啡店已经不能被动地等顾客上门光顾，而是务必主动地吸引顾客来店。因此销售促进活动的实施与宣传效果的诉求，同样不可或缺。一般，小型咖啡店无法比照大型咖啡店投入巨额的广告促销费用，所以要做到：花小钱做大广告。海报、传单、邮寄信函等促销手段都能够使用。

3、日常运营计划

如何拟订经营计划?对咖啡店来说，在整个营运过程中最关切的问题，可能就是每一天的营业额了。每家咖啡店往往都定

有营业目标，更详细者甚至还定了区位、商品的目标，以作为衡量每一天营业状况的基准。

在拟订日常运营计划时，必须要依据设定的经营方针和营业额的预测、目标库存量的推算、损耗额的预估、采购预定额的估算，以及预定毛利的推算等，完成整体的运营计划。由于整个计划过程务必以数据为依据，所以数据库资料的建立，是进行销售计划拟订时必备的条件。即使是小型的咖啡屋也应以数据为基础，这样才有客观的衡量标准，而不是单凭印象、感觉和观察等。

第七部分：成长与发展

咖啡店目标消费群体多是大学生为主，选址在商业区、大学校区与路口交汇处，房租价格适中，装修要求较高，以致整体投资成本加大。大学生创业最重要的是心态，准确定位的基础上要对发展前景有信心，不能着急，盲目调整经营策略。经营咖啡店是个完美的愿望，但要有充足的心理准备，才能一步步走向成功，因此要想有一个简单的心态。

礼品店创业计划书摘要篇三

1、咖啡行业历史背景及现状分析

咖啡是世界三大饮料之一，一个西方的舶来品，在中国确是家喻户晓，有着极为深远的历时背景和现实好处。咖啡、西餐的真正兴起，就应是从20世纪90年代末开始的。其发展速度之快，在短短十来年时光内，到达了前所未有的行业繁荣。此刻随着改革开放经济蓬勃的发展，有着大批的外商和白领长期处在高节奏、高效率的工作和生活加之于受西方文化的种种因素，造成了这个咖啡销量不断上升。故咖啡消费主要群体也就是外商、白领、旅游者和居家百姓[] 20xx年的调查证明：咖啡终端销售市场一依次为：咖啡及西式快餐连锁店、星级酒店、西餐厅。其中咖啡馆及西式快餐连锁店主要由上

岛咖啡、星巴克咖啡、真锅咖啡，麦当劳、必胜客，这些连锁店平均每月销量在21.18吨，占30.18%，其次星级酒店每月平均销量在16.47吨，占23.47%，西餐厅平均每月销量13.53吨，占19.28%。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。

2、企业说明——大学生群体分析

年龄：18—25

特点：在中国，大部分大学生经济来源主要来自于父母，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，期望获得成就感、归属感和安全感。

价格定位：精准企划在做咖啡产品价格测试时并没有界定每瓶咖啡的容量，目的就是要了解消费者认为每瓶咖啡产品最适合的价格定位是在哪个价格区间，从而为咖啡产品的价格定位带给消费者需求的数据支持。

调查结果显示，消费者认为每瓶咖啡价格在31-50元的选取比率最高，到达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%；选取在30元以下的占18.7%；认为每瓶咖啡的价格在101-150元的消费者选取比率为9.8%；选取其它价格区间的消费者比率很少。从调查数据中我们能够得出，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。

在18-25岁的消费者中，有44.0%的比率认为每瓶咖啡的价格定在31-50元之间是最适合的；认为每瓶咖啡价格定在51-100元最适合的消费者比率为26.8%；认为每瓶咖啡价格定在30元以下最适合的消费者比率为18.5%；其它价格区间的消费者选

取较少。收入越高的消费者对咖啡产品价格的理解程度相对也越高。

价格定位贴合消费者需求才是硬道理

不管是咖啡产品还是其它产品，价格定位的正确方式是根据消费者对该类产品的价格理解程度来定价。比如每瓶咖啡定价多少钱的策略是要先了解消费者认为每瓶咖啡最适合的价格，再根据消费者对每瓶咖啡价格的理解程度来确定每瓶咖啡的容量；而不是根据每瓶咖啡产品的容量来决定产品的价格。咖啡产品的价格定位既不是越高越好，也不是越低越好。价格定位只有贴合消费者需求才是硬道理。

3、部门设置与职责

3.1 店长：

1. 负责咖啡厅成败职责的经营者。
2. 对外为咖啡厅的代表人。
3. 参与营业活动的执行者。
4. 甄选、训练、激励咖啡厅人员的领导者。
5. 维持咖啡厅营运正常运作的管理者。
6. 了解顾客与竞争者动向的信息收集者。
7. 传递总部和分店之间信息的传播者。
8. 推动组织学习与知识管理的教练。
9. 解决咖啡厅危机与人员冲突的问题处理者。

10。 寻求市场机会与创新的企业家。

3. 2 行政人事部 负责人：

部门： 行政人事部。主管单位□f7咖啡店。

部门工作目标：负责文档宣传、内勤事务、行政公关等方面工作确保上级各项方针政策顺利实施，使店内各项重大活动和安排高效有序进行，总结起草店内重要文件报告，协调好各项公关接待事宜，搞好内勤事务管理工作，充分发挥出参谋、组织和协调的作用，维护店内上下的规范和高效运作。为本店招募、选拔、培养高素质人才；制定薪酬福利政策、绩效考核政策及其它激励政策挖掘员工潜力，激励其创造力；充分发挥人力资源管理在提升企业核心竞争力和建立学习型组织等方面的重要用。

活动：安排在校艺术设计等专业大学生来做兼职，每周五晚安排一名绘画专业的学生给客人免费画肖像；每周六晚安排钢琴、小提琴演奏；每周日晚安排业余模特走秀。薪水按小时计算。

部门权限：负责监督和检查有关部门对上级各项方针政策的贯彻执行状况，参与组织和协调全店生产经营工作，统筹店内重大活动及会议安排，起草重要报告和文件，做好文件的传递、落实与内外宣传，统一公司办公用品管理，并负责对消防、保卫、宿舍管理等方面的管理工作。制定人力资源规划、政策和制度；向店长提呈人事任免意见、薪酬福利方案、绩效考核方案及其它激励政策，监督、指导集团各部门、事业部执行相关人力资源管理制度。

f7咖啡店设有：

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；

奖励制度：根据员工考核总分进行奖励(半年实行一次奖励)。

员工守则与店规

人事记录：员工到职前须填写人事表格，带给正确个人资料和近照。在职期间如有任何变更应尽快呈报行政人事部。

员工证：员工在当值时须佩带员工证。如有遗失，应立即报告，打埋补领手续，离职时须将员工证交还。

工作职责：员工务必忠诚，工作勤奋，对上级服从，对同事尊重及热心帮忙，尽心尽力负起分内工作职责。

服务态度：对顾客经常持续礼貌及微笑的面容，客气应对，不可与顾客发生争执。如发生事故，应立即通知上级领导处理。

仪容：须经常持续仪容清洁整齐，指甲应经常修剪。从事店堂服务的男员工不许留胡须和长发；女员工上班时务必把头发盘入头巾内。

操守行为：员工严禁在店堂内粗言秽语、吸烟、饮食、随地吐痰及谈论与经营无关的一切事宜。并且严禁在点内聚赌、盗窃、吸毒、酗酒、营私舞弊、亏空公款、打架、恶意破坏

设备及公物等非法行为，如违反，除辞退外，严重者将送交警方。

拾遗：如有拾遗，无论大小贵贱，员工均应立刻交由主管登记，以备失主随时领回。绝对不能意存贪念或据为己有，一经发现将以纪律处分。

携物出店：员工进出店时，除预先经有关部门主管发证明文件核准外，不得携带任何店财物离店，若有犯罪着作盗窃行为处理。

防火和火警：员工务必严格遵守公司颁布的防火告示，注意防火安全。如遇上火警，应持续镇定，传呼同事协助及通知上级报警，关掉现场电源及煤气阀门，并迅速协助客人撤离火警现场。

3.3 市场宣传部 负责人：

我们确定云山水榭咖啡屋主推产品为原味、咖啡冰、特浓，并加大宣传力度。同时目标消费群将集中在月消费水平超过500元的大学生。

(1) 店铺个性分析，优势：据在高校的市场抽样调查，云山水榭咖啡屋在高校中拥有必须的知名度，广告语；味道好极了着重于其功能定位，在追奇求新的大学生消费群中占有一席之地。

分析：首先，根据我们的市场调查，在咖啡屋里除了；提神这一功效外，大部分人在那里还感觉到了；休闲。；休闲不仅仅是一种生活态度，更是生活追求。应对眼花缭乱的大千世界，应对生活节奏不断加速的大背景，大学生有一种身心能够得到歇息的渴望，而云山水榭咖啡屋正是给消费者带来了这样的场所。

(2) 活动具体实施

2. 活动主题：同你的朋友来那里邂逅；广告语：亚当与夏娃的相遇，如生活与咖啡的邂逅般美丽。

3. 活动资料：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

5. 活动目的：入客数增加20%，让广大学生了解云山水榭咖啡屋，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，吸引顾客认识和理解

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(网络点击链接云山水榭咖啡屋网址，注册，加入云山水榭咖啡屋俱乐部，获得优惠券)

c□广播广告：宣传云山水榭咖啡屋里的产品，让大学生更了解我们的状况。

d□校园电视传媒：系列广告片宣传(播放频次、什么时光播放、是否集中在受众的；空闲时光、效果测试)

(3) 各阶段费用预算

1□pop费用：100张*x元=xxxx元

2. 优惠券印刷费□xxxx元

3. 送顾客咖啡成本：成本(x元)*入客数*送比数(3%)= xxxx

元

4. 其他活动费

3. 4 采购部 负责人：

采购部是咖啡冷饮屋的重要组成部分，是隶属于财务总监的下属部门。负责咖啡冷饮屋所有食品原料和经营物品的采购、验收与进出物品的记录等工作。采购部对原料物品质量和价格的把关直接影响到整个咖啡冷食屋的经营效益。

采购部人员设置及职称

人员设置：采购业务主管1名，采购员若干名，记录员2名

主要职能：

部长：采购业务主管，作为采购部的直接领导人，务必很好的掌握市场信息，开拓新货源，优化进货渠道，降低采购费用。会同库管部、会计部确定合理物资采购量，及时了解存货状况，进行合理采购。并且要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冷食屋财务部汇报以取得采购经费。此外，采购业务主管有职责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。

采购员：采购员主要负责外出采购，包括进行市场调查，选取、评审、管理供应商，建立供应商档案，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，以及采购过程中的退、换货工作。

记录员：2名记录员要分别负责记录采购部货物和资金的进出状况，记录员务必详细记录货物的名称、规格、数量、进货日期、采购经费、支出数目、余额等，以便月末进行核查。

采购工作流程：采购业务主管根据当月的库存拟定采购清单上报，在接到批示的采购清单后，由采购业务主管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。

采购部的管辖范围

- (1) 采购部所属员工。
- (2) 采购部所属办公场所区及卫生职责区。
- (3) 采购部办公用具、车辆、设备设施。

3.5 财务部 负责人：

财务状况分析

2. 运营阶段的成本主要包括：员工工资，物料采购费用，场地租赁费用，税，水电燃料费，固定资本，折旧费，杂项开支等。

3. 据计算可初步得出餐厅开业启动资金约需12600元(场地租赁费用5000元，餐饮卫生许可等证件的申领费用600元，场地装修费用2400元，厨房用具购置费用1000元，基本设施费用等2600元)。资金可有父母带给80%，自我积蓄20%。

4. 每日经营财务预算及分析：据预算分析及调查，可初步确定市场容量，也能够看出每杯31-100元之间的价格最为适宜，因此可大致估算出每日总营业额约20xx元，收益率70%，毛利润1400元。由此可计算出投资回收期约为一个月。

现金流量预测表

收入： 6月 7月 8月

咖啡平均价格(元/杯) 40 40 40

咖啡销售量(杯) 1500 1705 1860

销售收入(元) 60000 68200 74400

资本金(元) 18000 20460 22320

总结(元) 78000 88660 96720

a_{\square} (元) 263380

支出： 6月 7月 8月

税(元) 1000 1000 1000

员工工资(元) 800 800 800

电话费(元) 300 280 260

差旅费(元) 300 260 220

其他费用(元) 200 200 200

合计(元) 2600 2540 2480

b_{\square} (元) 7620

总现金流量 $c=a+b$ (元) 271000

三个月累计现金流量 d (元) 271000

一般问题所采取的行动：

顾客稀少销售额降低，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，价格低应对挑战，尊重经商道德，净化市场。

3.6 酒水服务部 负责人：

酒水服务部是咖啡冷饮屋的重要组成部分，它的目标是向顾客带给以咖啡，冷饮，糕点和各种饮料为代表的有形产品，并带给顾客需要的、恰到好处的软性服务，开源节流，为咖啡冷饮屋建造良好的公众形象。

人员设置及主要职责

人员设置：设部长1名，服务员，糕点饮品师傅若干。

主要职责分工：

部长：

- 1、全面主持本部工作，配合店长安排，协调各部门工作，确保当日任务顺利完成。
- 2、确保咖啡，冷饮，糕点和酒水的正常供应，审核采购计划，统筹策划和确定采购资料，检查购进酒水食品的质量，对酒水食品的采购要求和质量有领导职责。
- 3、对服务员和糕点饮品师傅的业务培训工作。对刚招收的服务员进行基本素质培训，开展礼貌礼貌教育。并定时给店内员工进行素质培训，对糕点饮品师傅进行业务培训，鼓励他们有新花样，新创意。

服务员：

- 1、迎接客人，引客入座，招待客人。

- 2、供应酒水食品，为客人带给热情优质服务，引领客人结帐。
- 3、清理台面，做好卫生工作，按规定开启单据，保留好以做核查。
- 4、客人有其他合理要求时，要热情服务，尽量给予满足。当遇到不合理要求时，要礼貌在先，沉着冷静，并及时报告上级负责人。

糕点饮品师傅：

负责各种点心饮品的设计及制作，不断创新研制新品种。

本部要求：

- 1、所招服务员基本素质务必过硬，要有耐心，热情，善于和人打交道，能用英语进行基本对话，一批服务员中务必有一个英语口语好的，方便和留学生等外国顾客交流。
- 2、服务员要统一服装，要有良好的精神面貌，体现出当代青年的活力和朝气。
- 3、糕点饮品师傅务必要专业，富有创造力，这是咖啡冷饮屋生存的源泉。

本部宗旨：

有限进餐，无限服务。礼貌礼貌，热情待人。厨艺高超，乐于创新。开源节流，财源广进。

礼品店创业计划书摘要篇四

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、现代生活联系在一齐。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理解。

第二部分：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，那里虽然装修简单，但个性有家的味道，甚至比家还温馨，还放松。南面墙全部是书架，上方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，上方落满了各种杂志，靠窗的地方只摆放着方桌，每桌能够坐4-6人。但是，那里的空气、光线、声音更让人迷恋、难舍，感觉就像在家里一样简单自由。

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，此刻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期望，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就应具备的素质。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我的潜力、增长经验，以及学以致用；最大的诱人之处是透过成功创业，能够实现自我的理想，证明自我的价值。

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。协议资料包括房屋地址、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 $360 \times 15 = 5400$ 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，这种净水器每一天能生产12l纯净水，每一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，咖啡机选取的是电控半自动咖啡机，咖啡机的报价此刻就应在人民币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。款制冰机每一天的制冰量是12kg□价格稍高550元，质量较好，所以能够用很多年，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

营业额计划

人员计划

为了到达设定的经营目标，经营者务必对人员的任用与工作的分派有一个明确的计划。有效利用人力资源，开展人员培训，都是我们务必思考的。

经费计划

经营经费的分派是管理的重点工作。通常能够将咖啡店经营经费分为人事类费用(薪资、伙食费、奖金等)、设备类费用(修缮费、折旧、租金等)、维持类费用(水电费、消耗品费、事务费、杂费等)和营业类费用(广告宣传费、包装费、营业税等)。还能够依其性质划分成固定费用与变动费用。我们要针对过去的实际业绩设定可能增加的经费幅度。

财务计划

财务计划中的损益计划最能反映全店的经营成果。咖啡店经营者在营运资金的收支上要进行控制，以便做到经营资金合理的调派与运用。

总之，以上所列的六项基本计划(营业额、商品采购、销售促进、人员、经费、财务)是咖啡店管理不可或缺的。当然，有一些咖啡店为求管理上更深入，也能够配合工作实际需要制订一些其他辅助性计划。

第六部分：市场分析

咖啡市场总体销售的复合增长率到达了17%;高速增长的市场

为咖啡生产企业带来了广阔的市场空间，国外咖啡生产企业如雀巢、卡夫[ucc等企业纷纷加大了在中国的投资力度，为争取未来中国咖啡市场的领先地位打下了良好的基础。

咖啡饮料主要是指速溶咖啡和灌装即饮咖啡两大类咖啡饮品；在速溶咖啡方面[20xx-20xx年间中国速溶咖啡市场规模年均增长率到达16%，显示出还处于成长阶段的中国速溶咖啡市场的高增长性和投资空间；在灌装即饮咖啡方面[20xx-20xx年间中国灌装即饮咖啡市场年均增长率也同样到达15%；未来几年，中国咖啡饮料的前景仍将被看好。

现今咖啡店主要是以连锁式经营，市场主要被几个集团垄断。但由于几个集团的咖啡店并没有个性主题，很难配合讲求特式的年青人。我们亦有思考到其他饮品店的市场竞争状况，但发现这些类似行业多不是以自助形式经营，亦很难配合讲求效率年青人。故我们认为开设自助式主题咖啡店能到达年青人的需要，尚有很多发展空间。有数据证明，中国的咖啡消费量正逐年上升，而有望成为世界重要的咖啡消费国。

第六部分：营销策略

1、同行业竞争分析

知己知彼，百战百胜。咖啡店经营者应随时关注竞争者的经营动态及其产品构成状况，并进行深入的比较与分析，借以占据经营上的有利地位，保证采取比竞争对手更有效的销售策略。咖啡店经营者绝不能忽视市场情报，必须要随时掌握最新的相关资料与信息。针对咖啡店地址的特点与顾客特征，不断地提高产品与服务的质量，提高顾客来店的频率，进而提高咖啡店的业绩。

2、销售促进计划

咖啡店基本的特点是定点营业。但是目前市场竞争日益激烈，

为使业绩得到有力发展，咖啡店已经不能被动地等顾客上门光顾，而是务必主动地吸引顾客来店。因此销售促进活动的实施与宣传效果的诉求，同样不可或缺。一般，小型咖啡店无法比照大型咖啡店投入巨额的广告促销费用，所以要做到：花小钱做大广告。海报、传单、邮寄信函等促销手段都能够使用。

3、日常运营计划

如何拟订经营计划?对咖啡店来说，在整个营运过程中最关切的问题，可能就是每一天的营业额了。每家咖啡店往往都定有营业目标，更详细者甚至还定了区位、商品的目标，以作为衡量每一天营业状况的基准。

在拟订日常运营计划时，必须要依据设定的经营方针和营业额的预测、目标库存量的推算、损耗额的预估、采购预定额的估算，以及预定毛利的推算等，完成整体的运营计划。由于整个计划过程务必以数据为依据，所以数据库资料的建立，是进行销售计划拟订时必备的条件。即使是小型的咖啡屋也应以数据为基础，这样才有客观的衡量标准，而不是单凭印象、感觉和观察等。

第七部分：成长与发展

咖啡店目标消费群体多是大学生为主，选址在商业区、大学校区与路口交汇处，房租价格适中，装修要求较高，以致整体投资成本加大。大学生创业最重要的是心态，准确定位的基础上要对发展前景有信心，不能着急，盲目调整经营策略。经营咖啡店是个完美的愿望，但要有充足的心理准备，才能一步步走向成功，因此要想有一个简单的心态。

依据拟订的商品计划，实际展开采购作业时，为使采购资金得到有效运用以及商品构成达成平衡，务必针对设定的商品资料排定采购计划。透过营业额计划、商品计划与采购计划

的确立，我们不难了解，一家咖啡店为了营业目标的达成，同时有效地完成商品构成与灵活地运用采购资金，各项基本的计划是不可或缺的。当一家咖啡店设定了营业计划、商品计划及采购计划之后，即可依照设定的采购金额进行商品的采购。经过进货手续检验、标价之后，即可写在菜单上。之后务必思考的事情，就是如何有效地将这些商品销售出去。

礼品店创业计划书摘要篇五

以突出“新鲜”“精致”为主要特色。坐落于河北区昆纬路的一个小店，主营鲜花与礼品的零售。它没有亮丽的装潢设计，而是着重朴实的风格，突出了产品的“精”与“美”，成为人们五彩斑斓生活中不可缺少的一部分。

曾从事过酒店服务工作，对于这种服务企业所应具备的重要因素都能恰到好处的掌握。如服务及时、服务质量好、对顾客热情周到、收费合理等。在参加完“创办你的企业”(syb)的培训课后，有了更深的研究，自主创业是推动社会进步与经济发展的根本动力。

随着国家经济发展和人民生活水平的提高，情趣生活水平质量也在提升，那么鲜花在情人节、母亲节、父亲节等节日中人们带去祝福和关爱的同时，也增进了家人与朋友之间感情与距离。所以近几年鲜花的市场容量在不断的扩大。鲜花本身就诠释了送花人所要表达的`愿望。如红玫瑰代表热恋、我爱你，百合好和，勿忘我代表友谊地久天长，杜鹃代表艳美华丽、生意兴隆的等等，在情侣之间，朋友之间：在会议、乔迁、祭祀、开业庆典等活动中都有广泛应用。

在市场需求利好情况下，应考虑的是店铺所处位置在未来几年是否有拆迁可能，辛苦维系的客户不能因拆迁而流失；另外所处地理位置是否有竞争对手。我选址的地方在纵向两公里处就有两家相同规模的花店，通过我们积极宣传和优质服务，在这条街上我们的市场占有率要达到40%以上。

竞争对手的主要优势：

1. 店铺位于车站附近，流动人口多。
2. 有时货品的价位较我们的低。
3. 较我们店开业早，已有一些固定消费者。

竞争对手的主要劣势：

1. 店铺门口不方便停机动车，购买力出现局限性
2. 商品陈列不够整齐，不便于顾客直观选购商品。
3. 写条幅的字迹不够规范。

根据以上的优劣分析，我们把竞争对手的劣势变成本企业的优势，同时又增加了一系列优惠包装服务，区域内可以送货上门等相关便民服务，同时店里布满关于花文化的信息和资料，让顾客有更多的选择。我们写的条幅又规范又漂亮常常受到顾客好评。

花束的造型也别具风格。通过各种资源的整合对旧事物老产品进行新的改造，新的提升及新功能的完善和开发，进一步提升产品的专业含量和附加值。如在产品成形过程中，我们让顾客加入的设计过程中，亲自体验设计与创作的乐趣，在专业人士指导下独立完成花篮的制作，体验diy带来得乐趣。

产品或服务

主要特征

双层花篮

大众消费的常用品种、新鲜、颜色齐全

手捧花

突出精致、艳丽

桌摆花

大方、布局合理

小礼品

新颖、时尚

地址

面积（平方米）

租金或建筑成本

河北区昆纬路50号

13平方米

1200元

(2) 选择该地址的主要原因：

把该店选在距离学校附近，有大片居民区的地方，充分体现了客源充足的量。另外，店铺临街兼具广告效应，更方便开车的顾客群。在销售方式上，面对的是终端消费者，这样资金周转就快，减少赊账。充分利用信息资源及网络，捕捉商机，最大限度的创造商业价值。

人员推销

在社区推销

成本预测

6元

广告

登报

成本预测

6元