# 最新大学咖啡店创业计划书 大学生咖啡店创业计划书(优质8篇)

来源：网络 作者：岁月静好 更新时间：2024-04-06

*计划是提高工作与学习效率的一个前提。做好一个完整的工作计划,才能使工作与学习更加有效的快速的完成。什么样的计划才是有效的呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。大学咖啡店创业计划书篇一一般来讲，开办一家咖啡厅多会经历...*

计划是提高工作与学习效率的一个前提。做好一个完整的工作计划,才能使工作与学习更加有效的快速的完成。什么样的计划才是有效的呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**大学咖啡店创业计划书篇一**

一般来讲，开办一家咖啡厅多会经历以下过程：

a. 首先是筹备开店资金，这部份丰俭由己，一般来讲开一家使用面积在200平米的咖啡厅需要的资金大约在50万元人民币左右。

b. 根据自身核心产品的特点选定客户群，大多数情况下的核心产品往往不是咖啡本身，而是例如：瓷器、地毯、工艺品；特色餐品；特色活动等极具吸引力、竞争力的产品；（这好比钓鱼的原理，先要选要钓的鱼的种类，再要准备好钓鱼的鱼饵）

c. 根据客户群选定租金合理的经营地点，即选对地方，选对点，这相当于摸清楚鱼群的所在，找好钓鱼的地点。评价租金是否合理，重点要考虑有效的客流量是否充足和客户捕捉率是否够高。首先，算出一天的平均租金及人员工资水电费等，如每日租金600元，工资及杂费400元。按利润率70％计算，每天流水约为1430元可以持平，以每人消费20元计算，需要接待72人次方可达到盈亏平衡，按照一般咖啡厅10％的客户捕捉率计算，该地区每日有效人流量必须在700人以上，方能持平。如果有效人流不足，证明租金过高。

d. 签定长期可转让的餐饮业租房合同，一般是5到10年，最少不得少于3年；

f. 到工商局申请咖啡厅名称预先核准；

h. 制订菜单，酒水单，规章制度，进行培训、试餐；

i. 根据所要制作的餐品拟定出设备清单，设备采购约占总投资的30％；

j. 签定设备、原材料供应商采购合同；

k. 按照防疫站的要求设计、装修咖啡厅（改水、改电、增容），工期一般为40到60天。此部分费用约占总投资的40％ .

l. 在咖啡厅设计， 施工的初期开始申报环保局审批；

m. 施工的中期，申请户外灯箱广告审批；

n. 施工的后期，安装厨房设备；申请电器安全检查；

o. 装修的后期，申请卫生许可证审批，装修基本完毕后申请防疫站检查；

p. 店面清洁；。

q. 在拿到卫生许可证后到工商局领取营业执照；

r. 申请税务登记；

s. 试营业；

t. 预留半年的房租及不可预见费用、推广费用，此部分费用约占总投资的30％；

以上是开办一家咖啡厅的基本程序。不过地区不同，咖啡厅类型不同，审批也会有所不同。根据经验，选址应尽量避开居民楼底商，尽量不选择面积小于80平米的营业场所，应选择上下水、供电、通风、排烟尽可能充足的场所。因为这些因素都会为日后申办执照，扩大经营带来很大影响。

**大学咖啡店创业计划书篇二**

咖啡是世界三大饮料之一，是西方的舶来品，在中国家喻户晓，有着极为深远的历史背景和现实意义，选择开个咖啡店，在现在这个时代确实是个创业的好选择，下面本站编辑为你带来咖啡店大学生创业计划书，欢迎阅读，希望能帮助到你。

咖啡店大学生创业计划书(一)

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意义。咖啡、西餐的真正兴起，应该是从20世纪90年代末开始的。其发展速度之快，在短短十来年时间内，达到了前所未有的行业繁荣。现在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。 2024年的调查表明：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，希望获得成就感、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提供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。

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择较少。收入越高的消费者对咖啡产品价格的接受程度相对也越高。

价格定位符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接受程度来定价。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接受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。价格定位只有符合消费者需求才是硬道理。

3、部门设置与职责

3.1 店长：

1. 负责咖啡厅成败责任的经营者。

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的贯彻执行情况，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。

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，提供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，打理补领手续，离职时须将员工证交还。

工作责任：员工必须忠诚，工作勤奋，对上级服从，对同事尊重及热心帮助，尽心尽力负起分内工作责任。

服务态度：对顾客经常保持礼貌及微笑的面容，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：须经常保持仪容清洁整齐，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;女员工上班时必须把头发盘入头巾内。

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，员工均应马上交由主管登记，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：员工必须严格遵守公司颁布的防火告示，注意防火安全。如遇上火警，应保持镇定，传呼同事协助及通知上级报警，关闭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一定的知名度，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，大部分人在这里还感觉到了“休闲”。“休闲”不仅是一种生活态度，更是生活追求。面对眼花缭乱的大千世界，面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提供了这样的场所。

(2)活动具体实施

1.活动时间：

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

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)

(3)各阶段费用预算

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，必须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，及时了解存货情况，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。

采购员：采购员主要负责外出采购，包括进行市场调查，选择、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、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责任区。

(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)。资金可有父母提供80%，自己积蓄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，也可以看出每杯31-100元之间的价格最为合适，因此可大致估算出每日总营业额约2024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：(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：(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，价格低面对挑战，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,它的目标是向顾客提供以咖啡，冷饮，糕点和各种饮料为代表的有形产品,并提供顾客需要的、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内容，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责任。

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，开展文明礼貌教育。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,为客人提供热情优质服务，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必须过硬，要有耐心，热情，善于和人打交道，能用英语进行基本对话，一批服务员中必须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、糕点饮品师傅必须要专业，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。文明礼貌，热情待人。厨艺高超，乐于创新。开源节流，财源广进。

咖啡店大学生创业计划书(二)

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：

\*\*\*\*元

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，必须针对设定的商品内容排定采购计划。通过营业额计划、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。接着必须考虑的事情，就是如何有效地将这些商品销售出去。

3、人员计划

为了达到设定的经营目标，经营者必须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，都是我们必须考虑的。

4、经费计划

经营经费的分派是管理的重点工作。通常可以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)。还可以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。

5、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，也可以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

20\*\*-20\*\*年中国咖啡市场经历了高速增长的阶段，在此期间咖啡市场总体销售的复合增长率达到了17%;高速增长的市场为咖啡生产企业提供了广阔的市场空间，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，20\*\*-20\*\*年间中国速溶咖啡市场规模年均增长率达到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，20\*\*-20\*\*年间中国灌装即饮咖啡市场年均增长率也同样达到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特别主题，很难配合讲求特式的年青人。我们亦有考虑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的年青人。故我们认为开设自助式主题咖啡店能达到年青人的需要，尚有很多发展空间。有数据表明，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。

第七部分：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情况，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，一定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，而是必须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可以使用。

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，以作为衡量每天营业情况的基准。

在拟订日常运营计划时，一定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。由于整个计划过程必须以数据为依据，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。

第八部分：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。经营咖啡店是个美好的愿望，但要有充足的心理准备，才能一步步走向成功，因此要想有一个轻松的心态。

咖啡店大学生创业计划书(三)

一，运营模式

合作情势。联合我们是商务、休闲咖啡专卖店的特点，建议合作者在高级写字楼、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区选址;统一装修作风、统一产品;总部供给支撑(包含人员培训)和产品(咖啡豆、茶)配送。

二，产品和服务

1、 产品和服务描写

出售咖啡、茶类、酒水、简餐等商品，并为客人供给精良的环境和服务，让消费者在这里展现一种品位、体验一种文化、寄托一种情绪，使咖啡吧成为商务休闲、情侣聚会的好场合。

这些业务与场合业主的产业没有冲突。反而可以与场合业主的客源优势互补。

2、 竞争比较

同行竞争格式对我们有利，能更好的提升我们的着名度相对而言，我们管理程度、产品和服务质量，都占领相当的优势。

3、 资源、

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

三、市场分析

1、市场需求

(1)稳固的老客户资源。

(2)写字楼与宾馆客源。

(3)购物娱乐场合。

(4)成熟居民小区。

(5)外企及本地区众多的it类企业、广告公司等新兴产业。

(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。

**大学咖啡店创业计划书篇三**

内容背景：现在生活节奏急速，人的生活压力庞大，大学生面对就业及学习压力，越来越多人更关注个人健康和生活的放松。据医学研究报告指出，咖啡豆含有大量对人体有益的健康成份。另外，许多最新的研究报告显示，咖啡因对人体并没有过去想像中有健康的危害;反之，咖啡中一些的成份对于人体有很多的保健功效。我们相信喝咖啡的人会越来越多，并会有“星座咖啡店”.换言之，咖啡店除宣扬咖啡之功用外，更以星座为咖啡店之主题，更何况大学生的思想前卫，也更容易去尝试，也更容易被大学生接受，市场前景客观。

目标：星座咖啡店除希望宣扬咖啡之功效，更希望从中获利。计划咖啡店将在半年内转亏为盈。预计在两年后每月除税纯利达到人民币1万元，希望在四年后能在西安市各大高校开设主题连锁咖啡店。

市场分析：现今的咖啡店主要是以连锁式经营咖啡附简餐、酒水，市场主要被两个集团垄断。但由于两个集团的咖啡店并价格昂贵，切没有专门面对在校大学生的咖啡厅，因此星座咖啡厅以大众一体经营及装饰，来满足客户需求。 亦有考虑到其他饮品店(如台式饮品店、港式凉茶店和七杯茶，mkf饮品店等)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和追求个性的年青人。故我们认为开设自助式主题咖啡店能达到年青人的需要，尚有很多发展空间。另外, 我们以校园访问形式, 访问了大约一百名在校大学生. 访问结果表示, 接近六成的受访者都有光顾咖啡店的意向, 而且半数受访者平均每月光顾叁至四次， 而且环境和食物质素是他们光顾的主要原因. 另外, 我们又发现多于八成受访者对星座有兴趣, 而且六成受访者表示约以星座为主题, 他们很有兴趣.

一、确定经营内容和目标消费群体，选址、选址、再选址。

1、 选址是咖啡店投资中至关重要的一件事。如果已经决定做咖啡店的投资，那么，紧跟其后的另一项工作就是踏破铁鞋去寻找最佳经营位置，通常我们会对校园里人浏览量大的地方作为选址目标地还会考虑到周围环境。因为接近那些支持你生意的消费群体至关重要，他们是店铺运营的基础。在选址的时候和附近商家聊聊，了解一下那里的情况，什么时间客流较大，来此消费的都是些什么人及需求的特点。

2、 要确定咖啡店的经营形式，是纯咖啡馆，还是咖啡+简餐(酒水)的咖啡吧。我感觉最好建成是含简餐和酒水的咖啡吧 。

二、给店面起名、设计店面标志、店面形象设计方案(装修方案)

1、吧台设计、厨房设备及机器定位上有考量的基础。

2、座位数、经济规模(坪数)。

3、型态： 简餐和酒水咖啡复合餐厅。

4、价位：平价、中价位或高价位，要有明确的价格带设定。

5、 服务方式： 半自助的服务。

6、 主客群预设：在校就读的学生、情侣或者是老师及工作人员„。

7、 确定装修方案：个性化为主，贴合星座这一主题。

三、准备为设备投资并且寻找投资商，达到很好的融资，搜集各种规格的设备资料。

四、在工商、卫生、消防、税务部门登记、注册。

五、计算启动资金。

1、 了解房租承受能力，物料成本比率，其它成本分析，投资报酬率与预想的差距，投资额设上限，装修费用。

3、 员工成本：准备请多少服务员、领班、厨房相关人员(取决你的咖啡厅需要经营多少项目)，最好找在校大学生提供其在校兼职，可以很好的减少成本以及吸引其周围的潜在消费群体。

4、 产品进货成本：根据你和供应商的关系，拿到什么样的政策，成本亦不同 5、 推广成本：是否需要推广，准备借用什么资源去推，可以支持学校的审团活动借此宣传等。

六、购买咖啡机设备：咖啡机、研磨机等。

七、设计咖啡单，一定要走彰显星座这一主题。

八、寻找咖啡供货商、奶制品供货商、调味品等食品的供货商，其他非咖啡饮料、纸制品、器具等的货源。

九、制定营销计划，聘用员工、准备培训材料。

2、研发新产品

3、完善的店务管理计划

4、策划行销活动计划，可以免费发放积分卡或者有奖回馈，此外还可以建立会员制度。

十、备好库存，准备开业。

常见情况处理：客人们会告诉您咖啡太苦、饭太硬、装修很漂亮但冷气太冷、烟味太重、厕所太脏、服务人员很美可是不亲切、可不可以外送等;再来是：吧台手要请假、厨师要轮休、外场服务人员忘记开单跳单，而个人已经累得半死时闭店还要回来收钱、 员工休假代班、月初缴房租、月中发薪水、给货款、又要订货、兼开发新产品„„ 开一家咖啡馆很容易，只要有经费预算就可以，但经营咖啡馆很难，要成功需要许多条件(说成功太严肃，存活下来或达损益平衡)，因为咖啡馆开支项目多、报酬率不高，稍有几项支出不慎就很难维持损益平衡，资金不充裕者，更要小心。

**大学咖啡店创业计划书篇四**

2024大学生创业计划书（咖啡店）

创业是一种劳动方式，是一种需要创业者运营、组织、运用服务、技术、器物作业的思考、推理和判断的行为。下面小编为大家准备了关于大学生的创业计划书，欢迎阅读。

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。

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。

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。

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：

**大学咖啡店创业计划书篇五**

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

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：xx%

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。

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。

1、产品：统一

2、价格

breakfast

麦芬（巧克力、蓝莓、香草、蔓越没）x元

丹麦类面包x元

lunch

蔬菜派x元

法式三明治（吞拿鱼、熏鸡）x元

三明治（吞拿鱼、土豆、恺撒）x元

沙拉（土豆、吞拿鱼、恺撒）x元

餐盒（叉烧、黑椒牛肉）x元

teatime

芝士条、面包棒x元

小饼干x元

提拉米苏x元

水果杯x元

维也纳黑森林蛋糕x元

芝士蛋糕x元

蓝莓芝士蛋糕x元

3、促销方式：

4、地点：

（1）选址细节xx

（2）选择该地址的主要原因xx

（3）销售方式：最终消费者

（4）选择该销售方式的原因：服务行业，不适合批发零售

企业将登记成：合伙企业

拟议的企业名称xx

企业的员工xx

企业将获得的营业执照、许可证xx

企业的法律责任（保险、员工的薪酬等、纳税）

1、工具和设备：厨就是烤箱，扒炉，炉灶，水池，煮面炉，消毒柜，冰箱

吧台方面：冰箱，水池，制冰机，蛋糕柜（可选择），咖啡机等......

2、固定资产和折旧概要xx

**大学咖啡店创业计划书篇六**

现如今，人们的生活水平越来越高，咖啡作为一种休闲饮品，受到越来越多人的青睐。特别是在大学校园内，随着大学生们消费水平的提高，咖啡类饮品已经日趋成为一种潮流。根据近期的一份问卷调查，在江宁大学城开办一家咖啡厅已经得到同学们的高度认可，由此可见，咖啡厅成为如今校园内的一种潜在需求。只要用心经营，相信一定会有不错的营业额！

双休日及公众假期：8:00-次日24:00。

（二）营业的地点：

爱沫咖啡厅计划设于文鼎广场附近，该店占地面积约两百五十平方米，预计咖啡店最多可同时容纳一百四十多名客人。

（三）经营的模式以及管理要求：

学校出租场地，并且提供初期创业资金，为期三个月。同时，指派相关的老师给予一定的指导。采用个体承包，雇佣全职人员和一些勤工俭学或是想要做兼职的学生（如学生甲、乙、丙、丁等等），经营之前，对这些学生进行为期一个月的相关培训。考核通过后，在具体分配任务。在经营期间，如发现人员经营或者管理存在问题，则由老师及时做出调整，要求其整改或者直接撤换相关人员。

（四）目标群体的初步定位：

咖啡店顾客对象为江宁区各大高校学子以及部分拥有年轻心态想亲近学生生活的教师。

学生易于接受新颖和特别事物，新开的场所咖啡厅及提供的咖啡果冻等最适合他们不过，因此，只要价钱定位合理，相信他们还是乐意光顾的。另外，附近大学城的学生、教师也是本咖啡店的顾客对象，在此可以结交各大高校的美女帅哥。热闹年轻的氛围必定也能吸引老师的前来。

这里可以为环境特别需求者提供良好的环境，追求时尚的或者喜爱社交的朋友必来这里。并且，在各大高校考试周时，为会员免费提供学习场所。

（五）主营的业务：

1、日常经营

日间经营：以销售饮品为主，还包括提供外卖窗口，供上课或出去旅行、游玩的学生购买，并且提供饮品糕点的派送，以及中午教师和学生休息。

夜间经营：以为广大学生提供安静舒适温馨的自主学习环境为目标，争取做到使消费者在学习的同时，也可享受人性化的服务。

2、特色经营

特色经营主要包括周五主题吧和周

六、周日承办类活动：

周五主题吧暂定于每周五晚上举办，主要为主题特色类活动，如舞会、英语角、特色主题交流会（如热点话题交流会等）。每周活动主题将提前一周于店内交流黑板上公示，活动主题将交流进行。此外，为满足消费者需求，主题吧的主题将面向所有消费者征求。

周六、周日承办类活动主要包括生日会，朋友交流会、欢送会等等。根据同学们的需求，不定期的举行。为不影响其他消费者，承办类活动需提前一个星期左右预定，预定成功后将公布于交流黑板。

消费者需求分析

即便是同一种或者同一类产品，亦或者相似的市场也存在着多层次、多样化的消费需求。而这种差异的存在，究其原因在于消费者的个人或者群体的偏好、收入状况、文化背景、年龄、风俗习惯等。其中每一个元素都有可能导致其需求变化的产生。

（1） 根据不同消费者的年龄，收入情况及文化背景，我们将目标消费群体划分如下：

a.学生消费群体：

a.大一新生：

大一新生，来到新的学校开始新的生活，可是信息来源渠道狭窄，主要为班导的信息下达、学生会、社团活动海报宣传、学长、学姐的推荐。很显然极度缺乏一个能认识更多新朋友，知道更多校内外信息的平台，这样我们的爱沫咖啡厅就有诞生的价值了。大一新生相对而言有较充足的课余时间，从而有望成为我们的主要消费群体。

b.大二学生：

此阶段的学生经过大一的迷茫期后，对大学生活已经有了自己的认识和见解。可想而知，他们的消费行为由大一时期的物质层面的需求出现了更高层次的精神层面的需求。有需求就有市场，而且还是一块极具开发价值的市场。一般来说，大二学生一部分人寻找兼职，增加了可支配收入，一部人开始了恋爱生活，需要一个温馨浪漫的氛围。由此可见，针对情侣市场大有可为。通过日常分析选择相应的咖啡种类，可以自助也可以有我们提供制作服务，如果自助相信还可以促进情侣之间的感情，同时也节约了咖啡厅的劳动力，何乐而不为呢？消费者满意是我们不懈的追求！

b.教师消费群体

a.年轻老师：

由于江宁大学城各高校区分布的特殊情况，部分教师在乘坐校车到达授课校区后会有很多的空余时间。可以吸引他们来到我们的爱沫咖啡厅消费。年轻教师对新鲜事物的接受能力比较强，所以也会是咖啡厅的主要消费群体。在这样一种惬意的氛围下，了解学生之间的话题，分析讨论学生性格以及学校的某些琐事等，想必也是一种之乐事！

b.其他老师：

相对而言，这类老师对新事物的接受能力较弱，没有更多的时间和兴趣到咖啡厅来消费，可视为流动客户。因此，示范效应对他们的影响力比较大。我们可以树立良好的形象，赢得他们的赞赏，从而吸引更多的消费者。

c.其他客户群

社会消费群体如朋友拜访、父母探望、高校交流等，也构成了流动的消费群体。咖啡厅为他们提供了一个良好的交流、学习、消遣娱乐的场所。

（2）另外根据消费者的个人或者群体偏好，我们把消费者分为了以下几类：

1）追求时尚者

由于大学生是追求时尚的年轻消费群体，他们追求品味，张扬个性，又不受限于固定的模式和框架，消费能力从总体上来说比较有限，但群体规模大，更可考虑情侣组合推荐，每年中洋情人节尤为明显。我们这样富有交流活动主题文化的咖啡厅，对追求时尚一族是一个理想的会友社交场所。

2）环境特别需求者

高校是一个知识分子集聚的地方，而且也是文化中心。他们较愿意进行文化等的交流与沟通，咖啡厅因其环境优雅一般会成为他们进行此类活动的首选场所。此外诸如文化交流等主题活动将也吸引此类消费者。同时我们打算在提供有线网络的同时将无线网络覆盖我们的营业场所，以便吸引更多为便捷上网前来消费的人群，无疑这样的服务也是一个卖点。

2.竞争的优劣分析

竞争优劣分析方面主要运用swot分析法：swot分析法是针对企业的内部环境要素，描写它们在竞争中的存在状态，用“优势”、“弱势”、“机会”、“威胁”四种状态界定，综合反映企业的竞争实力与竞争状态。

（1）从地理上来说更接近消费群体，节省了顾客的时间成本，方便了消费者；

（3）易于结队消费，人群集中，容易产生示范消费效应；

（4）交流活动主题，结合自助环节，对年轻时尚一族具有很强的吸引力；

w(弱势)：

（1）从实力上来说不及校外咖啡厅雄厚，同时实际管理经验不足；

o(机会)：

（1）目前校园市场是一个未被开发的处女地，消费群体集中，消费潜力大；

t(威胁) ：

（1）一旦成功，容易导致模仿的竞争者；

（2）校外众多的诸如奶茶店、ktv等类似场所容易导致顾客分流。

（一）形象设计原则

设计理念：掌握时代潮流。个性越突出，越易相人注目。

首先考虑到店门大小和咖啡馆主题，从外观和风格上要反映出咖啡厅的经营特色。其次要符合主要顾客的“口味”。再者店面的装潢要充分考虑与原建筑风格及周围店面是否协调，装饰要简洁，宁可“不足”，不能“过分”，不宜采用过多的线条分割和色彩渲染，免去任何过多的装饰，不要让用户感到“太累”。最后店面的色彩要统一谐调，不宜采用任何生硬的强烈的对比。

根据我们咖啡厅店面的大小约为250平方米，主要客源是江宁区各大高校的师生，其中学生占绝大多数，外观时尚是必须的。

（二）招牌设计

具有高度概括力和强烈吸引力的咖啡馆招牌，对顾客的视觉刺激和心理的影响是很重要的。为了反应时代新潮流的变化，我们的咖啡厅采用金属材料和钢化玻璃门面，这会显得十分洁净、明亮，富有新时代色彩。随着季节的变化，还可以在门面上安置各种类型的遮阳蓬架，这会使门面清新、活泼，并沟通了咖啡馆内外的功能联系，无形中扩展了营业面积。

（三）灯光效果

灯光的总亮度要低于周围，以显示咖啡馆的特性，使咖啡馆形成优雅的休闲环境，这样才能使顾客循灯光进入温馨的咖啡馆。如果光线过于暗淡，会使咖啡馆显出一种沉闷的感觉，不利于顾客品尝咖啡。要采用稍显明亮的，明亮度适度。其次，光线用来吸引顾客对咖啡的注意力。因此，灯暗的吧台，咖啡可能显得古老而神秘的吸引力。咖啡制品本来就是以褐色为主，深色的、颜色较暗的咖啡，都会吸收较多的光，所以若使用较柔和的日光灯照射，整个咖啡馆的气氛就会舒适起来。灯饰有纯为照明或兼作装饰用，在装置的时候，我们以紫色作为墙壁的主打色，这种颜色给人的视觉冲击力更大一些。

（四）色彩与声音

咖啡馆可以利用色彩的原理，来制造吸引顾客的效果。充分利用各种色彩。墙壁、天花板、灯、陈列咖啡和饮料组成了咖啡馆内部环境。在某些角落形成对比色彩，或是较温馨、柔和的颜色，便可以让顾客产生好奇心，甚至会因此而刺激顾客在咖啡馆留连忘返。比如在暗淡颜色的背景上配以明快的色调，可以使人更加注意到陈列的咖啡；还可以在中间色调的背景上摆放冷色或暖色的饮料，也会起到良好的衬托效果。如果采用彩色灯光照射，灯光色彩与咖啡本身色彩有良好的搭配，可以充分显示咖啡的特点，并吸引顾客注意。其次，不能忽略咖啡馆的特性与色彩的关系。例如咖啡包装本身的颜色或图案很抢眼，其背景颜色也抢眼时，就不免让人眼花缭乱了。流行一直与我们相随，现在许嵩、汪苏泷、周传雄、六哲等大批流行歌手，对于大学生来说，他们的歌是再熟悉不过的了，因此，我们可以适时的播放一些他们的音乐，这样定会收到意想不到的效果！

（五）室内设计

a.座椅摆放

为了迎合浪漫，我们设计的座椅是紫色沙发式。两沙发之间摆放有一张小桌子，桌面置有紫色桌垫。桌上摆放有两盏台灯、一束鲜花，营造出一种祥和宁静的氛围。

b.水吧布置：

除要放置咖啡机外，水吧设有咖啡杯柜、雪柜和磨豆器，更将加设玻璃吊柜，以摆放以玻璃瓶盛着的咖啡豆作装饰。

c.领取食物柜台：

我们将把件装饮料放在新购入的橱窗雪柜内，点心则放在暖炉内，柜台更设有工作位置供店员在顾客前制作自选点心。

d.厨房布置：

厨房设有两个焗炉、两个大型雪柜、洗手盘和一般厨房用具，如刀子、器皿等。

e.收银处：

我们将购入一台价值五千元的收款机，此收款机可以打印食物券和储钱。收银台设置在吧台两侧并且高于吧台。

f.图书架：

我们设有图书架，提供各类书籍、指导资料以便让学生阅读、参考。

g.洗手间：

咖啡厅设有高级洗手间，以清洁为主，设有檀香。

h.咖啡厅内在光线较暗或微弱处设置一面镜子

这样做好处在于，镜子可以反射灯光，使咖啡更显亮、更醒目、更具有光泽。咖啡厅用整面墙作镜子，除了上述好处外，还给人一种空间增大了的假象。

（一）产品特色：

本店除售卖传统咖啡外，也提供水果咖啡。除此以外，顾客可享受美味的奶冻、蛋糕及星座曲奇饼，增添喝咖啡的乐趣。 咖啡和食品资料如下：

1.咖啡：

（1）传统咖啡：

传统咖啡最适合热爱咖啡人士，当中包括美式咖啡、蓝山咖啡、特浓咖啡、维也纳咖啡、意大利泡沫咖啡、牛奶泡沫咖啡、摩卡咖啡、梅兰锡咖啡、俄罗斯咖啡、土耳其咖啡、肉桂牛奶泡沫咖啡和柠檬黄咖啡。

（2）水果咖啡：

在咖啡里加入了水果香味油的水果咖啡，令带有小许苦涩味的咖啡增添了淡淡的水果清香。水果咖啡的水果味包括蓝莓、草莓、芒果、椰子、奇异果、樱桃、青苹果、荔枝、椰果、香蕉、菠萝、蜜瓜、香橙和蜜桃。

2.蛋糕：

（1）传统美味蛋糕：

黑森林蛋糕、咖啡蛋糕、摩卡蛋糕、香草蛋糕、椰子蛋糕、纽约芝士蛋糕、意大利芝士蛋糕、蓝莓芝士蛋糕、草莓芝士蛋糕和咖啡芝士蛋糕是本店传统蛋糕款式，最适合在喝咖啡时吃。

（2）自选水果蛋糕：

现在越来越多人注重饮食健康，我们特别推出了自选健康水果蛋糕。顾客可以自由选择喜欢的新鲜水果配上低脂、低胆固醇的蛋白蛋糕，更可再自由选择忌廉、朱古力酱或芝士酱等酱料。我们的员工会即场制成顾客要求的蛋糕，好像是做三文治一样。希望他们在喝咖啡的同时亦能享受健康味的水果。

3.奶冻系列：

奶冻系列包括有咖啡奶冻、摩卡奶冻、巧克力奶冻、芝士忌廉奶冻、香草奶冻、草莓奶冻、樱桃冻、蓝莓奶冻、芒果奶冻、椰子奶冻和奇异果奶冻。希望让顾客有更多的选择，可以在店内享受更多食物。

（二）餐牌：

咖啡品牌系列（价格表单位：杯∕元）：

热 冷

小杯 大杯 小杯 大杯

摩卡可可咖啡

10 15 12 17 法式牛奶咖啡

9 13 10 12 特浓咖啡

8 10- 调味咖啡

9 13 10 14 综合咖啡 9 13 10 14 黄金咖啡

10 14 11 13 马莎克兰咖啡

10 14 11 13 维也纳咖啡

10 14 11 13 意大利泡沫咖啡

10 14 11 13 梅兰锡咖啡 10 14 11 13

曼特宁咖啡

美式咖啡 柠檬黄咖啡 牛奶泡沫咖啡 摩卡咖啡 俄罗斯咖啡 土耳其咖啡

肉桂牛奶泡沫咖啡

水果咖啡系列（价格表单位：杯∕元）：

蛋糕系列（价格表单位：（10寸）份∕元）：

自助鲜果蛋糕 （忌廉、朱古力酱或芝士酱）

奶冻系列（价格表单位：杯∕元）：

冷 小 大 13 16

8 8 8 8 8 13 13 13 15 15 16

8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8

（一）初期财务预算

本咖啡厅为学校扶持企业，注册资金为50万元。

预算如下：店面租赁费：10万/年；店面装修费：8万； 购置固定资产费：5万；办理相关手续费：1000元； 管理及运营的其他费用：4万；余额为周转资金。

（二）投入及产出的预估

考虑到各阶段的客流量差距（如学期开始时和学期末）和周末主题特色的活动的举办会造成营业额的很大差别，此处的预算是将其分配到日常的平均每日的收入费用中计算。

0：00—8：00：预计每晚100人，每人收费10元，共1000元；预计有50人在此期间消费，每人15元，共计750元。

8：00—22：30（日常营业时间）：预计外卖窗口每日可卖出400杯饮品，平均每杯10元，共计4000元；中午教师及学生午后休息预计50人，每人消费10元，共计500元；每日其他时间进店消费为100人，每人平均消费10元，共计1000元。

共计每日收入1000+750+4000+500+1000=7250元，水电费400，成本费2024元，员工费1000元，房屋租赁费摊销及设备折旧费100元，每日利润3750元。

第一年利润1368750元。预计一年后收回成本。

（一）营销理念

a、产品策略---消费者个性需求的满足

a．产品组合

本咖啡厅主要经营的产品有：咖啡、蛋糕、奇曲、奶冻等。我们实行比较宽的产品组合，实行差异化经营，可以满足不同特点的消费者的消费需求。

同时，我们根据男女的不同特点设计了大小杯，以满足不同客人的需要。我们也为情侣提供适合情侣饮用的套餐和饮品，这样我们能为客人提供更人性化的服务，也有助于提高我们的经济效益。

b．新产品的开发

在当今社会，人们对商品的需求越来越多样化、个性化。特别是对于我们咖啡厅来说，主要的顾客是大学师生，他们对于产品的创新就更为关注。因此，我们根据这一特点，在适当的时期推出一些新产品，来吸引更多的消费者，同时提高咖啡厅的竞争实力，稳定老的顾客群，吸引新的顾客群。

b、价格策略---消费者接受为底线

a.由于我们的主要消费群体是大学生，所以需要考虑消费者的承受能力。同时我们也要提高的特色产品和服务以更符合大学生的需求。

b.折扣策略

主要采取办卡消费和消费积分的方法。

c、促销渠道---传统与现代相结合

10 息沟通的平台为咖啡厅宣传，例如，可以为咖啡厅开通校内，开设一个与学生沟通交流的平台，了解学生的想法，也可通过我校网址，星火论坛等，为咖啡厅积累人气。通过这些方式，不仅可以为咖啡厅带来经济效益，亦可让咖啡厅成为南京工程学院建立良好校园文化的地方。

（二）营销方法：

（1）在本校及整个江宁大学城各个高校区内发放宣传单

规格：设计立体彩页，一是便于放置，二是可以长期重复使用，节约投资成本。 内容：宣传咖啡厅服务理念和特殊，对咖啡厅的特色饮品和季节性新推饮品进行介绍。

（2）赠送优惠券：短时间内增加学生的关注度，在视觉和价位上激发学生的购买欲望，增加客流量。

（3）在开业当月，消费一律九折。

（4）办卡消费优惠多：一次性充值50元以上300元以下的消费者，办理普通会员卡。对于普通会员给予9折优惠。一次性充值300元以上的消费者，办理vip卡，对于vip会员给予8折优惠。

（5）消费积分：消费1元记为一单位积分。积分满300、500、1000分别给予10元、20元、50元返款。

（三）主题活动的推广

a、咖啡店代言人的选拔活动 咖啡厅开业前，在江宁大学城各个高校区内举行代言人的选拔活动，有兴趣的师生均可报名参加，在进行才艺展示后，畅谈对咖啡文化的感悟，然后由全体师生投票选举产生一名代言人。目的是在咖啡店开业前打响其在江宁区的\'知名度。

b、特色舞会

目的：

1、丰富校园生活，展示当代大学生的青春风采，加强隔壁兄弟院校间的联系，促进同学、老师彼此间的沟通交流，培养同学们的社交能力，使同学们在其余时可以放松心情，渡过一个充实美好的狂欢之夜。

2、提供此活动可以提高咖啡厅的人气，是一种有效的宣传形式。

活动时间：每月的第一周的周五晚上：6:30—21:30（根据不同的舞会主题：如离情人节较近为情人节舞会，离圣诞节较近为圣诞节舞会设计不同风格，主要以温馨，简约，有活力为主题）

入场要求：入场费每人3元，协同舞伴2人5元

活动内容：

8:30---9:00自由交流，搭配舞伴

9:00---9:30 播放优雅的慢三舞曲

9:30---10:00 游戏及抽奖环节（奖品为咖啡、蛋糕、奶冻等）

10:00---11:30 表演时间（校园十佳歌手、校园乐队、街舞社等表演）

11:30---12:00 各种舞曲循环播放，如兔子舞等

12:00—12:30 第二次抽奖及清场

会场：需将三分之二的沙发和桌子搬出咖啡厅，在门口堆放整齐；

c、英语角

活动时间：每月第二个星期的星期四下午

入场要求：每人收取入场费3元，外教免费

活动内容：1:30---2:00 自由讨论交流

3:00---3:40 由嘉宾发表评论 （嘉宾为本校或邻近学校外教、英语老师、留学生）

3:40---4:30 自由交流

活动要求：在英语角活动中，场内只能用英语交流，不小心说中文的同学要请与其交流的同学喝一杯本店的饮品或在大家面前唱一首英文歌曲。

会场：将三分之二的沙发和桌子搬出咖啡厅，在门口堆放整齐，需在墙上张贴有英文谚语的字条。

d、沙龙

根据不同的同学感兴趣的热点话题，由不同的社团或班级承办各种各样的沙龙，使同学们可以在各个方面丰富自己，满足自己各方面的喜好喝兴趣。

1.主要风险预测

1）经营难度，初期经营经验缺乏。

2）由于货物积压所造成的资金周转问题。

2.应对策略

1）以专业经营的角度去分析解决问题，相信通过我们细心经营不会出现经营上的问题。

2）不定期进行促销会，在各个高校内做问卷调查，及时了解学生对咖啡口味的选择方向以及对咖啡厅存在的意见，从而及时的调整。

**大学咖啡店创业计划书篇七**

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：蚌埠大学城附近缺少提供给大学生精神上休息的地方，基于此原因，在龙湖春天开上一家专供大学生休闲喝咖啡的咖啡店，必然会受到大学生的欢迎。身为一名大学生，我深知大学生目前追求的是高档的休闲的典雅的生活方式，而咖啡店正好符合此种追求。咖啡店的装修不要过于华丽，简朴最好，但特别要有家的味道，甚至比家还温馨，还放松。每个咖啡桌最好只能做4-6人，人多反而显得过于热闹，体现不出宁静，休闲的韵味。

创业优势：经过调查，目前大学城这边还没有此文所说的专供大学生休闲的咖啡店，竞争压力比较小。

预算：

2.装修设计费用：大概8000元。

3.设备设施购买费用：

(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。

4.首次备货费用:大概1000元

5.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

6.周转金

开业初期，咖啡店要准备一定量的流动资金，主要用于咖啡店开

业初期的正常运营。预计20xx元

市场分析:20xx-20xx年中国咖啡市场经历了高速增长的阶段，在此期间咖啡市场总体销售的复合增长率达到了17%;高速增长的市场为咖啡生产企业提供了广阔的市场空间，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达到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达到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特别主题，很难配合讲求特式的年青人。我们亦有考虑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的年青人。故我们认为开设自助式主题咖啡店能达到年青人的需要，尚有很多发展空间。有数据表明，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.

**大学咖啡店创业计划书篇八**

云山xx咖啡屋位于大学城的广外,与北校区的云山咖啡屋有着一脉相承的关系,但都作为广外大的一道风景。与北校区所不同的是南校区有着更广阔的市场。

在格调方面,云山水榭咖啡屋仍为温馨浪漫的风格,为顾客提供优质的服务,给顾客最好的享受。

咖啡屋面向的消费群体主要是本校的学生及教职工人员,同时也面向大学城各高校的师生,学生家长及参观人士。

咖啡屋内食品初期定位于中等价格水平,因为考虑到大学城内多为大一新生,消费意识不强,所以我们在价格方面会考虑得较全面,多推出大众价格的饮品;当大学城逐渐完善,学生层增多时,逐渐将咖啡屋的格调提升到中高层次,增加高格调的消费产品,同时保证价位的平衡,在不降低咖啡屋格调的前提下尽量满足各种档次的消费需求。

咖啡屋将划分一部分区域进行书吧式服务,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最低消费的设置,以保证成本的回收。

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

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn