

# 最新医院对口支援座谈会个人发言(汇总5篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！我们该怎么拟定计划呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

## 咖啡馆的创业计划书篇一

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。

### 二、价格定位

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。

### 三、人员设置

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；

#### 四、活动具体实施(举例)

1. 活动时间：

2. 活动主题：同你的朋友来这里邂逅

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\_\_元钱，可送一张积分卡，积满x分送一杯\_\_口味的咖啡

2) 选择\_\_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)。

五、每日经营财务预算及分析

六、三个月累计现金流量

## 咖啡馆的创业计划书篇二

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。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。

## 咖啡馆的创业计划书篇三

一种非常适合大众消费及缺少资金者创业的产品——物美价廉的“三元咖啡”一杯现磨现煮的浓香咖啡，您只需3元钱就可买到。怎么样？喝了就知道。随着人们生活水平的提高，喝咖啡已经和喝茶一样很普遍了；它已经成为人们日常生活中不可缺少的饮品。据专家预测，中国未来几年里将是世界上最具潜力的咖啡消费大国；市场前景非常广阔。说白了，就是咱们中国人多，占世界人口总数的五分之一还多呢。这么一块大蛋糕，谁不想分一块呢？机会只倾慕那些有心人。

### 二、创业计划作者的个人情况

以往的相关经验(包时间)

姓名：苏晖 男 1971年5月出生。1988年高中毕业后，在武警部队服役四年；退伍后分配到百货大楼，负责安全保卫工作。借调到娱乐城，负责银台主管工作。针对一些经营方面的业务知识并不陌生，具有一定的财务管理能力，对于个人开办企业信心十足。

## 教育背景，所学习的相关课程(包括时间)

在部队的四年服役期间曾参加过北京司法大学的函授培训，获得法律专业的大专学历。今年6月初又参加syb的创业培训，使我受益非浅。减少了盲目性，使用头脑“风暴法”效果极佳。积极作好营业前期的计划工作，搞好财务的管理，提高了成功率。最近，我又钻研有关咖啡方面的技术知识和常识。例如，在没有搞清顾客口味之前，不可替顾客的咖啡加糖或奶精。正式品尝咖啡之前，先喝一口冰水，能帮助咖啡味道鲜明地浮现出来。喝咖啡要趁热，否则容易使口味变酸，影响咖啡的口味等等。

## 三、目标市场与竞争对手

### 1、市场的选择与目标的预测

著名学者陈安之先生说：“如果我们无法独立成功，那么可以采用‘马上’成功法，即骑在马的背上(利用别人花巨资装修好的店铺)，在别人成功的同时，我们也成功了。”我采用同网吧合作的经营模式。北方网点旗舰店就在我家附近，店内拥有电脑200台，每天上网人数络绎不绝。因为是现磨现煮的咖啡非常香，大家都会“闻香而来”，只要有一个人喝，就会有连锁反应，后面的人一般也会跟着喝。这在心理学上叫做“从众心理”。不可能看着别人喝，我没有，那样会感觉没面子。另外，上网累了，喝上一杯咖啡放松一下，那感觉很是舒服。网吧老板告诉我，每天来这上网的大约400多人，消费水平不低。我的咖啡生意，正好补充了他的空白。经过协商，我们很快就达成了共识，因为我们双方是共赢的。目

标是计划的美称，我要满怀激情的去创业，并培训富有激情的员工。当员工喜欢自己的工作时，他们就会变得忠诚，忠诚的员工产生更好的产品和服务，更好的服务吸引更多的顾客。最终对企业来说意味着更大的价值。我认为激情是燃料，员工是发动机。

## 2、行业及竞争者分析

我感觉竞争者是那些瓶装软饮料，它们品种多，口味全，价格也比较适中。好在我的产品比较特殊，现磨现煮，同类产品相对不多。良好的产品是企业的基石，只有保证产品的质量，并且保持一贯性，企业才能凭借它获得成功。在保持现有品种的基础上，我计划虚心请教熟知咖啡技术的顾客，和他们一起进行试验。引进新的咖啡品种，如意大利的“拿铁咖啡”。据说它在当地非常流行。

## 3、现有产品与服务

一种非常适合大众消费及缺少资金者创业的产品——物美价廉的“三元咖啡”一杯现磨现煮的浓香咖啡，您只需3元钱就可买到。怎么样?喝了就知道。随着人们生活水平的提高，喝咖啡已经和喝茶一样很普遍了;它已经成为人们日常生活中不可缺少的饮品。据专家预测，中国未来几年里将是世界上最具潜力的咖啡消费大国;市场前景非常广阔。说白了，就是咱们中国人多，占世界人口总数的五分之一还多呢。这么一块大蛋糕，谁不想分一块呢?机会只倾慕那些有心人。

## 二、创业计划作者的个人情况

### 以往的相关经验(包括时间)

姓名：苏晖 男 1971年5月出生。 1988年高中毕业后，在武警部队服役四年;退伍后分配到百货大楼，负责安全保卫工作。20借调到娱乐城，负责银台主管工作。针对一些经营方面的



业务知识并不陌生，具有一定的财务管理能力，对于个人开办企业信心十足。

教育背景，所学习的相关课程(包括时间)

在部队的四年服役期间曾参加过北京司法大学的函授培训，获得法律专业的大专学历。今年6月初又参加syb的创业培训，使我受益非浅。减少了盲目性，使用头脑“风暴法”效果极佳。积极作好营业前期的计划工作，搞好财务的管理，提高了成功率。最近，我又钻研有关咖啡方面的技术知识和常识。例如，在没有搞清顾客口味之前，不可替顾客的咖啡加糖或奶精。正式品尝咖啡之前，先喝一口冰水，能帮助咖啡味道鲜明地浮现出来。喝咖啡要趁热，否则容易使口味变酸，影响咖啡的口味等等。

### 三、目标市场与竞争对手

#### 1、市场的选择与目标的预测

著名学者陈安之先生说：“如果我们无法独立成功，那么可以采用‘马上’成功法，即骑在马的背上(利用别人花巨资装修好的店铺)，在别人成功的同时，我们也成功了。”我采用同网吧合作的经营模式。北方网点旗舰店就在我家附近，店内拥有电脑200台，每天上网人数络绎不绝。因为是现磨现煮的咖啡非常香，大家都会“闻香而来”，只要有一个人喝，就会有连锁反应，后面的人一般也会跟着喝。这在心理学上叫做“从众心里”。不可能看着别人喝，我没有，那样会感觉没面子。另外，上网累了，喝上一杯咖啡放松一下，那感觉很是舒服。网吧老板告诉我，每天来这上网的大约400多人，消费水平不低。我的咖啡生意，正好补充了他的空白。经过协商，我们很快就达成了共识，因为我们双方是共赢的。目标是计划的美称，我要满怀激情的去创业，并培训富有激情的员工。当员工喜欢自己的工作时，他们就会变得忠诚，忠诚的员工产生更好的产品和服务，更好的服务吸引更多的顾

客。最终对企业来说意味着更大的价值。我认为激情是燃料，员工是发动机。

## 2、行业及竞争者分析

我感觉竞争者是那些瓶装软饮料，它们品种多，口味全，价格也比较适中。好在我的产品比较特殊，现磨现煮，同类产品相对不多。良好的产品是企业的基石，只有保证产品的质量，并且保持一贯性，企业才能凭借它获得成功。在保持现有品种的基础上，我计划虚心请教熟知咖啡技术的顾客，和他们一起进行试验。引进新的咖啡品种，如意大利的“拿铁咖啡”。据说它在当地非常流行。

## 3、现有产品与服务

目前已开发出八个品种的咖啡，有“台湾黑珍珠咖啡”、“巴西传统伴侣咖啡”、“巴西纯牛奶咖啡”、“新加坡花生酱咖啡”、“炭烧黑浓咖啡”、“瑞士巧克力咖啡”、“巴西冰糖咖啡”、“巴西奶油咖啡”这八个品种咖啡风味各具特色，全部采用进口咖啡豆现磨现煮，味道可以和大型咖啡店里几十元一杯的咖啡相媲美，好喝看得见。出售物有所值的产品，是我们的宗旨。近距离的服务，直接了解每个人的口味，关键是记住顾客的名字，把他们当成自己的朋友，和他们聊天，了解爱好和习惯，使顾客没有陌生感，这将作为我区别于其他竞争者的要点之一。其次，使每杯咖啡具有俩倍的量，而收一份的钱，这将是我的咖啡比别人咖啡好一倍的良策，体现服务个性化。

## 4、盈利的模式

首先，我雇用对生活，对别人，对咖啡充满激情的人，然后传授他如何调配咖啡，并传输我的经营理念，赋予他们权力，培养为顾客服务的爱心，增加与顾客的交流，创建一个相互认同和关爱的团体。发挥员工的积极主动性，把他们的经济

利益和企业的容忍兴衰联系在一起。尊重他们的贡献，视员工为兄弟。其次是服务个性化，使顾客感觉到家的温暖。同时倾听顾客的建议，将每一次互动都当作第一次并争取做得最好。第三，以一贯性来建立产品的质量，保持顾客赞不绝口的产品声誉。最后，是搞好合作企业的人际关系，只有网吧的生意好，我们才能保证盈利。

## 5、企业的相关风险及解决方案

首先，是原材料进口咖啡豆的货源是否保证供应。我计划和供应商签订供货协议，支持我的经营不受影响，货源优先供应。其次，是价格上涨的因素。我不会为了保持原先的零售价格而去改换低劣的咖啡豆。如果价格严重上涨，我或者会自己承担其后果，或者将其转嫁给顾客。当然，我要张贴告示来解释咖啡价格上涨的原因。第三，不可抗拒的外界因素。我计划通过“意外伤害保险”来弥补这方面的损失。第四，现在市面上出现一种韩国进口的全自动电脑管理咖啡机，它可以自动出售咖啡，自动调味，四季温度调节，可同时出原豆咖啡，韩国茶，奶茶三种口味的饮品。针对它的潜在威胁，我们要在产品和服务方面下功夫，增加产品的种类，保证产品的质量，并保持其一贯性。服务要以人为本，诚信经营，照顾每一位顾客的口味，计划开发茶饮品，毕竟有些人习惯喝茶。

## 四、市场营销计划

如果我们不知道将去哪里?就不知道何时才能到达?不能有效的判断自己下一步做什么或是否已经走上了成功之路。没有一个计划，人就不可能准确地定义成功是什么，只有以目标为基础来审视结果，我们才能对结果做出判断。

### (1) 选址细节

地址 面积(平方米) 租金或利润分成

北方网点 300 20%销售额

## (2) 选择该地址的主要原因

坐落在白堤路科贸街，与南开大学相邻，周围1500米辐射居民近万人。网吧内面积宽敞，装修环境优雅，客流比较稳定。其主要原因还在于网吧老板为人忠厚，理解初始创业者的困难；欣然同意我的合作方案，按每月实际销货额的20%收取租金。这无疑对我是一种支持，时间长了我们成了好朋友。

## (3) 选择该销售方式的原因

我把事业和生活有机的结合在一起，围绕我的激情来构建自己的服务。把员工和顾客都当成我的朋友，并且记住他们的名字。营造一种每个人都能自由的表达情感的氛围，使我从事的工作当成我实现人生价值的自然延伸。在立足北方网点的基础上，我打算贷款扩大经营规模，抢占市场，力求在最短的时间内，复制我的经营模式，推行连锁经营；北方网点的成功，就是很好的例证。

## 咖啡馆的创业计划书篇四

当代人的生活压力日益增大，越来越多人更关注私人强健。咖啡豆含有大批对人体有益的强健成份。如果能在忙碌的闲暇品尝一杯自己亲手泡的咖啡，相信其所带来的满足感和幸福感都是不能比拟的。xx咖啡馆最大的特点便是可以根据自己的口味和偏好选择咖啡豆，亲自泡一杯专属于自己的咖啡。此外，我们还为顾客提供各种点心。xx咖啡馆以温馨轻松舒适的环境氛围为上班族缓解工作压力，以“自主、音乐、休闲、舒适”为咖啡馆的主题。

### 商业模式及收入来源

本咖啡馆分为咖啡加工制作区，甜点提供区，休闲饮食区。

各区域精心设计、装饰，注意色彩搭配、配套设施选择、主题音乐和背景音乐等。营造出舒心、内涵、高雅和谐的就餐环境。

## 1、服务自助

本餐厅的第一大特色就是没有服务员，但会有两名应急指导人员，咖啡馆在入口处会提供一本简单易懂的操作指导书，顾客可以很容易根据指导书说明在三个区间自行操作。

## 2、点餐自助

自动咖啡柜中有每天更新的各种咖啡豆以及简介，顾客根据自己的需要选择咖啡豆，选择手机支付或投币支付的方式获得咖啡豆，然后进入加工制作区（加工制作区提供了多套所需设备），对咖啡豆进行研磨、烧煮（茶叶自己冲沏）。在甜点提供区顾客可以选择自己喜欢的甜点，支付后便可以取走食用。

收入来源：市场对象主要为白领及上班族，通过销售咖啡及甜点获得利润。

## 项目满足及解决的问题

1、迎合了现代人追求高品质生活的需求。

2、自己动手，满足人们自我价值实现的心理，给人以满足、快乐、舒心。

3、强调研磨、煮沏咖啡的过程，让人们感受到就餐也是一件快乐、高兴的事情。

4、为上班族提供休憩的场所，缓解压力，享受生活。

## 行业状况业内发展潜力

随着时代的发展和人们生活理念的进一步改变，咖啡业在以一种迅猛的速度发展。人们越来越追求品质生活，餐饮市场日益增长，经营咖啡的企业相对饭店来说少之又少，成立一家这样的自主咖啡馆市场良好，前景广阔。这种新颖的模式满足人们的高品质生活需求，发展潜力无限。

## 竞争对手

- 1、上岛咖啡、星巴克等以经营咖啡饮品为主的企业
- 2、冷饮店、茶餐厅等其他饮品店

## 未来客户

潜在客户或消费者情况：咖啡馆顾客对象为年轻人，年龄介乎二十岁至三十岁。主要为相对高薪的上班族和白领，他们没有家庭经济负担，又易于接受新颖和特别事物，追求品质生活，讲究生活细节。

措施：将咖啡馆选址在繁华市区商业集中地带，人流量较大的地方，除了手工自制咖啡这一特点吸引客户外，本咖啡馆还将通过精致的装修营造温馨典雅的风格给顾客提供舒适轻松的环境。室外装饰是吸引顾客的手段，橱窗往往是咖啡馆的一张脸，因此将橱窗及门口广告牌设计的新颖别致是装修过程中的重要环节。

## 可行性及挑战：

选址于市中心繁华地带，该地段应该有许多商业用房，所以选择空间较大，但其租房价格相对较高。为保证咖啡馆的品质和舒适度，装修成本也很大，可以通过购买装饰品自行diy的方式节约一部分成本，不仅节约了费用而且有很大的创意发挥空间。此外，由于咖啡豆需要定期定量更新以保证饮品质量，甜品点心也需要糕点师保质保量制作，所以原料的采

购储存方式也需要合理的解决。

## 资金来源情况

目前处于策划阶段，暂无投资人，运营期主要与管理者投资为主。

## 项目运营及团队架构

店长1名；

行政人事部：正、副部长各1名，档案管理员1名；

市场部：部长1名，成员3名；

采购部：部长1名，采购人员若干，记录员2名；

事务部：部长1名，馆内辅助指导人员2名；

食品部：部长1名，点心师傅若干。

## 项目swot分析

### 优势

- 2、装修典雅高贵，营造了舒适轻松的环境氛围；
- 3、服务独特，迎合市场需求；
- 4、所需工作人员少，后期人工成本花费低。

### 劣势

- 1、投入较大，维护成本较大；

- 2、咖啡制作过程较繁琐，客户可能会失去耐心；
- 3、团队人员缺乏实践经验。

## 机会

越来越多人渴望自己参与到饮品食物的制作过程当中，按照自己的口味制作适合自己的饮品，我们的自主咖啡馆便给高收入人群提供了这样的机会。

## 威胁

快节奏的生活方式让人无暇享受这种高品质饮食方式。

## 项目主要风险

### 风险：

- 1、费用风险：费用分配不合理、本钱的控制、项目总本钱的控制生效；
- 2、人力风险：选人不当、关键人脱节、性格不同、团队意识不强；
- 3、管理风险：管理失当、企业规划失败、未能及时正确应对管理过程中出现的问题；
- 4、产品风险：用户不接受、不支持这种新型经营服务模式，顾客流量少。

### 应对措施：

- 1、汲取先进的生产管理经验，开发特色产品；
- 2、严格管理，定期培训人员，建立顾客服务报告；



- 3、加大宣传力度，与广告商合作，用新颖的形式宣传；
- 4、与原料供应商建立长期并保持长期有效的合作关系，保证原料资源的正常高质量供给。

## 资金需求

- 1、咖啡馆店面费用
- 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。

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元
- (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元

(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元

(5) 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1200元。

(6) 磨豆机，价格在330—480元之间。

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

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。预计元

退出机制采用股份制，以便投资者进入或退出投资。

## 咖啡馆的创业计划书篇五

《咖啡馆项目商业计划书》基于产品分析、把握行业市场现状和发展趋势、综合研究国家法律法规、宏观政策、产业中长期规划、产业政策及地方政策、项目团队优势等基本内容，着力呈现项目主体现状、发展定位、发展远景和使命、发展战略、商业运作模式、发展前景等，深度透析项目的竞争优势、盈利能力、生存能力、发展潜力等，最大限度地体现项目的价值：

——作为项目运作主体的沟通工具。《咖啡馆项目商业计划书》着力体现企业的价值，有效吸引投资、信贷、员工、战略合作伙伴，包括政府在内的其他利益相关者；——作为项目运作主体的管理工具。《咖啡馆项目商业计划书》可视为项目运作主体的计划工具，引导公司走过发展的不同阶段，规划具有战略性、全局性、长期性；——作为项目运作的行动指导工具。《咖啡馆项目商业计划书》内容涉及到项目运作的方方面面，能够全程指导项目开展工作。