

COFFEE

咖啡文化丛书

—— 经营浓缩咖啡生意

# 开家咖啡馆

*Coffee*

高碧华 编著

中国宇航出版社

COFFEE

# 开家咖啡馆

高碧华 编著

中国宇航出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

开家咖啡馆：经营浓缩咖啡生意 / 高碧华编著. - 北京：  
中国宇航出版社，2002.8  
（“咖啡文化”丛书）  
ISBN 7-80144-462-0

I. 开… II. 高… III. 咖啡馆 - 商业经营  
IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 056545 号

出版 中国宇航出版社  
发行  
社址 北京市和平里滨河路1号  
邮编 100013  
经销 新华书店  
发行部 (010)68372924 (010)68373451(传真)  
读者 北京市阜成路8号  
服务部 (010)68371105 (010)68522384(传真)  
邮编 100830  
承印 中国科学院印刷厂

版次 2002年8月第1版  
2002年8月第1次印刷  
规格 635 × 965  
开本 1/24  
印张 6  
字数 100千字  
印数 1~5000册  
书号 ISBN 7-80144-462-0  
定价 36.00元

---

本书如有印装质量问题可与发行部调换



## 有关本书：

本书从选择浓缩咖啡的经营概念到制定经营计划、筹资、选址、购买设备、设计咖啡单、寻求供货商，到营销计划、员工培训、咖啡馆正式开业等全过程，均有可操作性的介绍。本书是国内第一本经营咖啡馆的专著，为国内准备投身于蓬勃兴起的咖啡馆产业的经营人士提供了具体的指导，本书有关咖啡馆的经营理念对其它店面经营亦有启发作用，同时，本书为国内广大的咖啡爱好者提供了本版咖啡图书的阅读乐趣。

## 作者简介：

高碧华，工学硕士，曾任航天设计工程师。与他人合作，开有咖啡焙制公司。策划并经营过多家咖啡馆。

## 咖啡系列

《开家咖啡馆》

《只爱咖啡》

《品味咖啡》

责任编辑 / 汪立波  
美术设计 / 谭卫华







咖啡馆是一个城市的客厅









## 前言 浓缩咖啡的经营乐趣

买卖怎样做才能成功？这需要时间、精力，更要有好的想法。

美国星巴克(Starbucks)浓缩咖啡店在北京和上海的巨大成功，为许多苦苦寻找新的投资热点的人士大开眼界。

对于越来越多有事业心的人来说，经营浓缩咖啡是一个绝妙的选择。因为作为一个自成体系的经营，它盈利的机会多，方式又不拘一格；对现有的零售商店或西餐馆，它可以带来额外收入。

也许你会问，什么是浓缩咖啡？它是一种意大利式煮制咖啡的方法，已有百年的历史。在浓缩咖啡的诞生地——意大利，有关它的研究已发展成了一门学科。20世纪50年代中期，浓缩咖啡传到了美国，首先出现在较大城市的意大利人聚集区里。

第二个接受浓缩咖啡的地方是那些衣着新潮的人们常去的乌烟瘴气的咖啡馆。当然，那些地方的浓缩咖啡称不上美味。从那以后，浓缩咖啡的制作技术和技能都有了很大提高。

在20世纪70年代后期的美国，情况发生了变化。高档餐厅，虽然并不看好浓缩咖啡，却也把它列在菜单里。总部设在西雅图的星巴克和SBC(Seattle's Best Coffee 西雅图最好咖啡)在那里发展了“咖啡吧”的概念。咖啡吧里的快速服务立即受到消费者的欢迎。他们可以走入咖啡吧，买一杯特质咖啡，然后转身离开。

浓缩咖啡逐渐成为人们饭后经常享用的饮品。它也给在传统酒吧社交的人们提供了一种新选择。要劝说人们出去喝一杯浓缩咖啡并不是一件难事，因为在家里想制作同样优秀的浓缩咖啡不是太容易。咖啡制作过程中的一点细微差别，就会使咖啡味道大相径庭。浓缩咖啡爱好者能随口说出哪里有他们最喜爱的咖啡吧，甚至包括他们最喜爱的浓缩咖啡操作员和招待员的名字。



20世纪80年代，在美国，一杯拿铁咖啡（latte）的售价相当于8元人民币。而现在，同样一杯要卖12元左右。从每天早晨那些排队买浓缩咖啡饮料的各色各样的人来看，在奢侈饮品里，浓缩咖啡系列还要相对便宜一些。对喜爱咖啡的人，喝卡布其诺（cappuccino）是一种格外的享受。所以他们每天都要设法喝上一杯，因为这种含有咖啡因的饮料会给他们的精神以振奋。除此之外，它给人们带来社交机会，也可以使人们“忙里偷闲”，放松身心。

除石油以外，咖啡是国际市场上贸易量最大、最热销的商品。其中大部分是所谓“传统”咖啡。尽管自20世纪50年代到现在，“传统”咖啡的总消费量有所下降，特质咖啡的消费量却呈稳步上升趋势。

传统咖啡是中低档的，主要是罗伯斯特（Robusta）咖啡。这种咖啡低矮、抗病虫害、价格低廉。相比别的咖啡品种，传统咖啡的焙制和煮制的量都较大。

市场上的精品咖啡主要是指人们所说的“特质咖啡”（Specialty Coffee）。“特质”包括以下几个因素：上等原材料主要是阿拉比克（Arabica）豆、精心拼配和焙制以及仔细煮制。浓缩咖啡越来越大的消费群体，使特质咖啡买卖兴隆。

浓缩咖啡是本书的重点。浓缩咖啡的萃取需要相当高的专门技术。首先要将焙制好的咖啡豆研磨成颗粒很细的粉末，然后在高温、高压下榨取。品尝浓缩咖啡不仅是味觉上的享受，也给咖啡爱好者带来精神享受。不要像其他饮料一样把浓缩咖啡看成是单一的饮料。实际上，它是咖啡饮品中一个部类的总称。当然，所有这些咖啡饮品的基础是咖啡要浓烈而厚重。咖啡粉经过咖啡机煮制出浓缩咖啡，经再加工成热的、凉的、加奶的……不一而论。浓缩咖啡加工方式的不拘一格，是浓缩咖啡系列饮品的魅力所在。浓缩咖啡的爱好者们可以依自己的口味设计个性化的饮品。

经营浓缩咖啡，不仅能带来可观的收入，还能带来无穷无尽的乐趣。作为一个企业，它的意义远远超过了维持生计。起步阶段，你可以使用相对少的投资。此后，每售出一杯咖啡，你就能创造可观利润。浓缩咖啡较大的利润率，加上较少的投资，使这种买卖赔钱的机会不大。浓缩咖啡系列饮品的销售价较高，能补偿其配料——牛奶所带来的大幅增加的成本。另外，历史显示，就是在经济萧条时期，浓缩咖啡仍然买卖兴隆。

立志从事浓缩咖啡事业，是个不错的选择。但是，如同其他任何种类的经营一样，事先需要周密的策划。本书将帮助你进行一系列评估，看看自己是否适合于投身这一事业。最后本书将告诉你如何做才能使你的选择变为最后的成功。

欢迎你投入到浓缩咖啡世界。





## 从最初的概念到开业

- 选择你的浓缩咖啡经营概念
- 制定计划，给公司起名，设计公司标志
- 准备为设备投资，搜集各种规格的设备资料
- 在工商、卫生、消防等部门登记、注册
- 计算启动资金
- 寻找资助
- 购买咖啡机设备：浓缩咖啡机、磨粉机、水处理装置、滴滤咖啡机
- 设计咖啡单
- 寻找咖啡供货商、奶制品供货商、调味品和糖浆货源、非咖啡饮料货源，及其它食品、纸制品、器具、制服的货源
- 制定营销计划
- 聘用员工，准备培训材料
- 准备开业仪式
- 备好库存，预备……
- 开业！







# 目 录

## 第一章 选择良机

1

### 机会一

#### 以浓缩咖啡为主要经营内容

咖啡吧 咖啡屋

咖啡车 咖啡亭

用于特别场合的咖啡亭

#### ※咖啡车设计

### 机会二 提供浓缩咖啡作为附加服务

食品企业的浓缩咖啡服务

非食品企业的浓缩咖啡服务

### 机会三 特质咖啡店



## 第二章 起 步

9

### 制定经营计划

概述

市场评估

产品和服务

管理阶层

运作

营销策略 (营造顾客群体的策略)

金融分析

风险分析

### 界定你的经营特征



## 第三章 选址 选址 再选址

13

### 建立选址标准

消费群体

可见性和方便性

环境与天气

竞争

营业时间

后勤

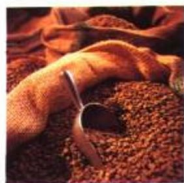
经营许可要求和操作间

简易操作间示意图 (参考)

选址情况评判标准表 (样本)

### 地点评价

#### ※咖啡厅设计



## 第四章 寻找资金支持

25

### 计算开支

### 寻找资金

银行及其他机构

私人投资

开业成本统计表

#### ※一段关于巴黎咖啡馆的小故事



## 第五章 选择供货商

31





当你与潜在供货商电话接触时，开始对他做出评价。问他们除了能提供他们主流产品或服务以外，对你整个经营的成功还能做些什么？

坚持让供货商展示产品的特性及好处  
寻找那种和你在这一点有共识的供货商，因为你们之间的合作是互利的  
避免过分注意价格  
从从容容地作决定

※咖啡豆的选购

## 第六章 购买合适的设备

37

### 浓缩咖啡机

浓缩咖啡机的大小  
浓缩咖啡机规格  
自动、半自动、手动浓缩咖啡机  
咖啡饼技术  
鉴别咖啡机制作咖啡的能力  
维护与检修  
需要寻找咖啡机的其它特征

### 磨粉机

### 滴滤咖啡机

### 水处理

水过滤  
水软化

※如何选择商用设备



## 第七章 选择什么样的咖啡

47

### 浓缩咖啡

阿拉比克 (Arabica) 和罗伯斯特 (Robusta) 咖啡味道  
价格

供货新鲜度和供货频率

### 滴滤咖啡

※咖啡豆的包装



## 第八章 咖啡制作辅助用品及耗材

53

为你的浓缩咖啡店配备辅助用品

### 耗材

奶制品  
香味糖浆  
纸制品  
初始阶段库存表



## 第九章 浓缩咖啡单

63

### 浓缩咖啡饮品

咖啡量  
以浓缩咖啡为基础的几种饮料  
调味品

### 非咖啡饮品

意大利苏打水及果汁





雪泥  
小食品  
标准配方及术语

## 第十章 人力资源投资

75

招聘员工

员工培训的重要性

培训内容

责任细则

操作手册

员工聘用原则 (样本)

职责说明

操作手册

※ 浓缩咖啡的四大元素



## 第十一章 浓缩咖啡的品质保证

87

牛奶

制作浓缩咖啡

制作浓缩咖啡的基本原则

保持咖啡新鲜的小窍门

核对表 特质咖啡的品质保证

※ 定义新鲜咖啡



## 第十二章 浓缩咖啡营销

99

创造性的营销方式

良好的公共关系

做好你的作业

※ 最佳的销售计划是高品质的产品



## 第十三章 设备维护及保养

113

清理咖啡机日程表

清理咖啡机

反冲洗

清理排污管道

清理磨粉机豆仓和粉仓

清理水处理装置

定期维护

更换密封圈和出水网及清理蒸汽喷嘴

更换磨粉机刀片和手柄

紧急情况

一般故障排除提示

※ 检修保养的另一面



## 第十四章 下一步如何走

123

从最初的概念到开业



## 第一章 选择良机

对于越来越多有事业心的人来说，经营浓缩咖啡是一个绝妙的选择。

### 机会一：以浓缩咖啡为主要经营内容

这一情况包括永久性的咖啡吧或咖啡屋和可移动的咖啡车、咖啡亭。

#### 咖啡吧 / 咖啡屋

在这本书中，我们将“咖啡吧”与“咖啡屋”混在一起用。请注意，我们所说的咖啡屋指那些专门经营浓缩咖啡饮品的场所。咖啡吧与特质咖啡店的不同之处在于，在咖啡吧里，浓缩咖啡作为主要经营项目。因为那里一般比较宽敞，可供应食物，如早餐烤制品，甚至全套午餐、汤及其他烤制品等。

咖啡吧有固定场所，租约较长，所以会营造出浓缩咖啡的市场和氛围。咖啡吧的面积一般为80~140平方米，内设充足的座位。

咖啡吧不是出于一时冲动而设的临时摊点，也不同于便利店。它吸引的是出于社交理由或是公务聚会而来的顾客。

你可能已经预料到，开咖啡吧的费用较高，一般在人民币40万~120万元之间。对雇员的要求较高。每日营业时间也较长，从早晨一直到半夜。紧随而来的问题是：你如何面对早晚之间的清淡时间？

#### 咖啡车

说得通俗一些，咖啡车就是在轮子上放一个箱子，再把咖啡机放在上面。这种车子上一般可制作浓缩咖啡饮料及非咖啡饮料，如热可可、热牛奶和意式苏打水等。同时提供烤制面点、甜食及其