# 咖啡厅原材料购销合同范本(共11篇)

来源：网络 作者：紫芸轻舞 更新时间：2023-12-23

*咖啡厅原材料购销合同范本1同时在社会主流都在追求快速生活时，总有不少高校在校生颠覆了传统意义上的“快递”概念，“门到门”作为一种全新的邮递概念正逐渐被越来越多的人接受。所以，我们计划打造一家以校园快递业务为主，以“迅速、便捷、高效的人性化服...*

**咖啡厅原材料购销合同范本1**

同时在社会主流都在追求快速生活时，总有不少高校在校生颠覆了传统意义上的“快递”概念，“门到门”作为一种全新的邮递概念正逐渐被越来越多的人接受。所以，我们计划打造一家以校园快递业务为主，以“迅速、便捷、高效的人性化服务”为特色的第四方校园快递业务平台服务公司（以下简称公司）。

一、项目与市场分析

(一) 项目可行性分析

（1）宏观环境分析：当前我在高校从事快递快递业务的公司所指派的派送员的任务繁重琐碎并且很多师生对于他们的服务很不放心，不满意，因而建立沟通双方的桥梁势在必得。

（2）产品及服务分析：我们立足于江苏经贸学院，辐射经贸周围学院，提供优质的快递派送和取件服务，保证师生的快递以最快的速度送达到收件人手里，同时作为各快递公司驻经贸学院的代理点，处理师生的快递取件业务，可上门取件，做到服务上门，专业周到。

（3）行业竞争与状况分析：据调查本行业暂无竞争对手，可以开拓市场

（4）消费市场及购买力行为分析：各快递公司为了工作的方便愿意和我们合作；学校师生为了快件的安全和便利，同样会支持我们。

（5）校园快递业务优势分析：便于管理，人力资源丰富，专业化形成速度快，有利于开拓市场。

(二）目前在经贸学院及周边高校有能力承接校园快递业务的主流公司有：中通、申通、圆通、顺风、宅急送、中国邮政EMS。申通、圆通、宅急送主要以受理环节以发件人电话预约，业务员取件为主要方式；而中国邮政EMS的快递受理主要是发件客户自行到学校收发室办理。收件客户签收环节，中国邮政EMS、申通、圆通、宅急送、顺风等公司，以派送员通过电话联系收件人约定好取件地址签单为主。

通过很长时间的调查我们发现我经贸学院及周边高校校园快递市场存在一些漏洞，具体如下：

（1）快件签收的安全性，由于领取快件时不需要出具任何身份证明，不少同学反映，随便一个同学都可以冒充收件人将快件领走，快递公司至今仍未出台相关的预防方法，可见快件安全性不强。

（2）派送员与收件人约定的地点一般都是露天的，时常会碰到打雷下雨、烈日炎炎等恶劣天气，给派递员和师生带来很大的不便。

（3）时间问题：有时候派送员暂时无法联系到收件人或者收件人因有事不能取件，那么会给派送员带来工作不便，并且派送员在等待收件人一个个取件的过程中也浪费很多时间和精力，效率不高。

（4）由于经贸学院及周边高校地处  城市中心较远，目前快递公司经营能力有限，同样一件快递，由于距离等问题，快递公司付出的成本要高出1到2元的样子。这样就造就了很多快递公司在安排快递员派送快件的同时，快递员私自额外加收客户的费用，为了维持经营，一般公司就默许了这种行为，给校园快递业务造成了很坏的影响。

（5）鉴于中国快递行业发展较快，从事快递业务需要付出很大的劳力，很多人不愿意从事快递行业，从而使得快递业务员素质普遍不高。遇到丢件及损坏等纠纷，不是通过正常渠道解决，往往以威胁和拒绝送件为借口，迫使收件人签收。发生口角甚至暴力等问题在经贸学院和  周边高校也时有发生，严重影响了校园快递业务的健康发展。

所以高校快递业务处在两难的境地，有许多需要完善的地方，完善的高校快递市场任然是一片空白，市场潜力巨大，亟需得到补充。

二、营销策略

1、团队精神：诚实 敬业，团结，奋斗，专业

2、经营理念：

以最快的速度送快件

以最负责的态度递慢件

以最诚信的心态构建共赢

3、战略目标：

用一个月时间与各快递公司协商，进行免费配送和收件，在零误差的基础上建立长久合作联盟，实现双赢。

用一年的时间尝试不同的经营方法和经营理念，结合经贸学院特点，立足本校，辐射  周边高校，探索适合自己的发展道路。

用两年的时间巩固自己的市场基础，制定出一条适合本地区经济发展的战略并住自己的特色。

用三年的时间做成本地具有一定规模和一定竞争实力的创新型投递公司，打造成经贸学院首家创新校园快递业务平台和创新心理交流平台

4、竞争策略：

本着人无我有，人有我优的原则，用最大的诚信去经营业务，用最专业的态度去服务客户，用最具创新的方式维护客户关系。

5、营销策略

A、通过宣传单等平面媒体向全校师生宣传我们的特色服务

**咖啡厅原材料购销合同范本2**

一、发展前景

就部队目前的饮食情况考虑，虽然营养搭配合理，但是缺乏新意。长期下去，官兵们会产生厌烦感，这样会导致工作效率的下降。

据考察，现在不论在城乡、集贸市场、大街小巷、还是公园、小区及夜市，烧烤及休闲小吃随处可见，它已成为消费者饮食文化中不可缺少的一部分，造就了一个庞大的消费市场。随着时尚更新，烧烤和煮烫食品因其自然淳朴的做法和原始野性的味道，收到越来越多消费者的青睐。约上几个朋友围桌而坐，叫上冰凉的鲜啤酒，边烤边吃、边喝边聊，四溢的烤肉香加上“滋滋”的烤肉声，都是令人垂涎欲滴的理由，足以让每一位美食家按捺不住。

目前烧烤小吃已成为人们热衷的食品，风靡国内外，但真正有特色、能吸引回头客的特色烧烤却不多见。特别是在夏天，夜晚休闲的时候人越来越多，那么品尝烧烤小吃是一个不可或缺的活动，这样不仅可以丰富官兵们的业余生活，而且还会增加彼此的交流和沟通，使我们更好得团结一致，为祖国的美好明天贡献自己的力量，所以开一家有特色有风格的烧烤小吃店还是会有不错的市场收益的。

二、店面简介

本店位于我们部队内，主要针对的客户群是部队官兵。经营面积约为100平米左右。主要提供各种烧烤和煮烫食品，烧烤和煮烫食材主要有各种肉类：猪肉、鸡肉、鸡翅、翅中、牛肉、羊肉、羊排、羊腿、各种香肠和肉丸等，海鲜类：鱿鱼、虾、扇贝、各种鱼肉及肉丸等，蔬菜类：土豆、香菇、豆腐、白菜、茄子、红薯、黄瓜、尖椒、韭菜、白菜、生菜、豆芽、冬瓜等各种蔬菜，并提供啤酒和各种饮料。本餐厅采用自助的方式，使顾客有轻松的就餐环境与选择空间。本餐厅装饰自然，随意，同时负有现代气息，墙面采用偏淡的温色调，厨房布置合理精致，采光性好，整体感观介于家庭厨房性质与酒店厨房性质之间。

三、发展战略

1、本餐厅开业之前，要作宣传，因为主要客户群是部队内的官兵，餐厅位置坐落在部队内，所以不需作很大的宣传，开始的时候采取一些优惠政策即可。

2、本餐厅采取自助餐的方式，免费茶水。烧烤和煮烫食材都是新鲜的，我们将始终秉承物美价廉的原则为顾客提供高质量的服务，本着服务广大官兵的原则，给顾客提供更多的优惠，价格上优惠于其他同标准的餐厅，以吸引更多的客源，用长远的眼光看待企业的发展，着眼于企业的持续发展。

3、餐厅使用精致的陶瓷自助餐盘，即节约又环保，而废弃物也不能随便倾倒，可以与养殖户联系，让其免费定期收取，如此可以互利。据悉，竞争者在这方面做得并不到位，因此良好的就餐环境是可以吸引更多的顾客的。

5、夏天吃烧烤的会多一些，冬天由于天气寒冷，吃火锅的人又会增多，鉴于季节影响，我们采取烧烤和火锅一体的商业模式，这样不至于由于季节因素影响我们的营业状况，在不同的季节均可盈利。

6、市场经济是快速发展的，变化的，动态的，因此要以长远的眼光看待一个企业的发展并进行分析，制作出长期的计划，每过一个阶段就该对经营的总体状况进行总结，并做出下一步计划和调整，如此呈阶梯状的发展模式。在经营稳定后，可以考虑扩大经营规模，增加其它服务项目，并可以寻找新的市场，做连锁经营，并慢慢打造属于自己的品牌，做大做强，可以往专为部队提供饮食的餐饮行业发展，总之，要以长远的眼光看待问题，如此才能有企业的未来。

四、餐厅管理结构

店长2名，主管1名，收银员2名，厨师兼采购2名，服务员3名。

经营理念侧重于以下几点：

主要的文化特色：休闲放松、愉快饮食

主要的产品特色：具有休闲特色的烧烤和煮烫食品

主要的服务特色：会员制的跟踪服务

主要的环境特色：在严肃紧张的军营中打造一个休闲舒适的进餐环境

五、市场分析

部队的饮食一直是个问题，部队的饮食营养搭配虽然比较合理，但方式单一，只是简单的炒，炖，无法满足官兵们的精神追求，时间长了自然会产生厌烦感。

本企划就是根据这一点，为了丰富部队的饮食文化，提高部队官兵的饮食方式的多元化，旨在为部队官兵提供更加舒适愉快的饮食环境。下面我们看一下本项目存在的优势和劣势:

优势分析：

目前来看，烧烤和煮烫小吃已经成为一种时尚，因其自然淳朴的做法和原始野性的味道，收到越来越多消费者的青睐。所以本项目能吸引消费者的眼球，特别是在饮食方式单一的部队中。本餐厅经营解决了部队餐厅饮食方式单一的问题，为部队官兵丰富了业余生活，为他们解决了外出就餐的麻烦，这是本店的一大特色。另外，本餐厅采用自助就餐方式，很容易受到顾客欢迎，并能节省部分人力资源。同时，餐点还提供冷饮、冰粥等，并提供免费茶水。顾客都喜欢在干净卫生的餐厅就餐，然而大部分的烧烤都是在露天的流动小摊上进行的，这种就餐环境威胁消费者的饮食安全，因此舒适整洁的就餐环境将是本店的另外一大特色。

劣势分析：创业初期餐厅的规模较小，餐厅的人力资源、服务项目等都比较有限，而部队区外的竞争也是比较激烈的，因此还存在着不小的劣势。另一方面，由于我们平时时间有限，在管理上有时会无暇顾及，这就需要聘请一位有丰富经验的主管来帮我们打理这家餐厅，由于我们是在部队里边，管理比较严格，所以招聘优秀的店员也是个比较麻烦的问题。

机会分析：据我们的市场调查与分析，本店产品的市场需求是存在的，并具有很强的竞争力。而本人正是军人——这个最大客户群中的一员，更能了解顾客需要什么样的产品和服务，从这些方面来看，还是很有机会把握住市场的。

威胁分析：因为这是我们投资的第一个项目，之前也没有相关的开店经验，所以在管理上我们可能会存在问题，这就需要我们多借鉴其他创业者的经验以及自己的慢慢积累，形成一套有效地管理模式。其次，虽然我们的餐厅是自助式的，但烧烤食品的配料决定着其口味，所以我们应该选择好的配料，使我们的产品有独特诱人的口味，让消费者流连忘返，这样我们才会有好的经营业绩。

六、促销和市场渗透

促销策略：

前期宣传：大规模，高强度，投入较大。后期宣传：重视已有顾客关系管理，借此进行口碑营销。定期具体活动的策划和组织如赞助部队组织的晚会借此进行宣传，通过活动时时提醒顾客的消费意识。针对节假日，开展有针对性的促销策略如发传单等。

七、财务状况分析

、据计算分析，餐厅设立初期，会发生如下费用：

1、办理营业执照、税务登记证、卫生许可证等各项费用202\_元，

2、场地租赁费5000元，

3、餐厅装修费15000元，

4、烧烤设备15台，每台300元，大约4500元

5、冰箱、冰柜冷冻设备3台5000元，

6、桌椅、厨房用具等设备10000元

7、招聘主管1名，月薪3000元，厨师兼采购2名，月薪3000元，收银员2名，月薪202\_元。服务员3名，月薪202\_，共计19000元左右。

8、水电燃气费等10000元。

综上分析，餐厅建立初期，需要大约70000元。

下面我们再来分析一下我们餐厅预计未来盈利情况。

我们可以以份为单位计量，一份即一盘(盘为中盘)。(1)肉售价8元/份左右，成本为

5元/份，利润是3元/份。(2)蔬菜2元/份，成本为1元/份，利润为1元/份。(3)海鲜10元/份，成本6元/份，利润为4元/份(4)啤酒售价3、5元/瓶，成本3元/瓶，利润为0、5元/瓶。

下面再来分析一下客流量

大部分顾客吃烧烤食品以肉食为主，蔬菜瓜果只是辅食。因为中午时间有限，客流量会少一些，预计50人左右，每人消费量在2份肉，2份海鲜，1份蔬菜，我们即可获利15元左右，所以中午利润在750元左右。晚上时间相对充分，预计100人左右，总利润额1500元左右，啤酒预计每天销售400瓶，利润200元，所以每天利润总额为2500元左右，月利润总额为80000元左右。

每月除去水电费、员工工资、税费、利润净额为50000元左右。

按照预计利润，我们可在2个月内收回成本。

八、营销组合策略

有形化营销策略：

由于本餐厅的经济实力尚弱，因此初期将采取避实就虚的营销战略，避开大量的硬广告营销，而采取一整套行之有效的承诺营销进行产品宣传。通过菜单、海报、文化手册、广告、促销活动等向消费者进行宣传、倡导天之素的经营宗旨与理念。

技巧化营销策略：

做出持续性、计划性将决定本餐厅在避免普通餐厅的顾客忠诚度不高的缺陷方面具有先天的优势，为了使本餐厅能够在顾客心目中树立起权威感和信赖感，本餐厅将会建立一套完整的会员信息反馈系统，实现营销承诺：

l、顾客反馈表。在服务中严格要求工作人员树立顾客第一的观念，认真听取顾客意见。

2、将顾客满意进行到底。树立“顾客满意自己才满意”的观念，做到时时刻刻为顾客着想。

3、建立餐厅顾客服务调查表，定期由专人负责对顾客进行跟踪服务。

九、大力打造“休闲食品”的品牌形象

因为我们餐厅采用的是健康环保的无烟烧烤，烧烤出的食品口味鲜美独特，绿色健康。因此我们餐厅围绕“绿色、健康、休闲”为核心，树立自己独特的品牌，推动健康休闲来实现营销目标。作为一个餐厅开展休闲营销，我们有着天然的优势，本餐厅将严格贯彻绿色休闲餐厅的标准。无论从原料采购、食品加工还是卫生环境，都将严格把关。努力营造出休闲舒适又不失时尚的就餐环境。通过对餐厅设计的布局、装饰风格、温度等，体现健康休闲的理念。

十、重视搞好一系列的企业公关活动

本餐厅将通过一系列的公关活动，处理各方面的关系，为餐厅的发展提供宽松有利的经营环境。

1、与员工建立团结、信任一致的合作关系。在员工之间搭建起平等、便捷的沟通方式，通过发行内部刊物、免费会员提供奖励，集体娱乐等活动增加员工的凝聚力和工作积极性。

2、与顾客建立良好的关系。为保证充足的人力资源，获得稳定的顾客群，得到可靠的后勤保障，应积极参与维护部队环境、积社区极支持部队文化事业。尊重顾客的合法权利，提供优质餐品和服务，正确处理顾客的要求和建议。

3、政府关系。及时了解并遵守政府相关法律法规，加强与政府部门的联系，主动协助解决一些社会问题。与宣传媒介建立并保持广泛关系;向其提供本行业的真实信息。

十一、管理风险

内部管理风险：

餐饮业是一个技术含量相对较低的行业，但是它需要严格的管理才能赢得消费者的信赖，对于大多数中国自办的餐厅来说大部分存在着内部管理松散，服务人员素质较低，如何建立现代企业制度，健全企业经营机制强化企业内部管理关系着企业的生与存，成与败。

如何应对：

一、找出有关成本的各项组合前提。

充实利用^v^What咨询法^v^，把店肆中所有会影响成本的因素，逐条细细列出。如厨师、干部、P-T、厂商、季节(时蔬)、售价、制度、库存方式……再集结相关人等共思良策，并时时保持着^v^毋恃敌(成本偏高)之不来，而恃吾有以待之^v^的认真态度。

二、制定标准调理手册。

三、成立良好的库存(仓库)办理。

从先进先出的表格成立使用，到交叉污染的制止、物品的定位置放、湿度、温度(冷藏、冷冻设备)的节制、虫害防治、盘点(日、周、月盘)确实，甚至灭火器的位置、数量、意外险类的投保---都是库存办理的必备掌握要件。

四、多看、多听、多比较。

所说的货比三家不吃亏，更况且经营者本身不该该盲目的身陷疆场(店务)，而不知外面早已群雄环生、虎视眈眈，欲噬于己的环境衍生。^v^出奔办理^v^是当下盛行的经营模式，善用此法走走量贩店、百货公司或相关商号，将特价、折价品等适量适物的调用在己店内，成本自然可降低。

五、导入奖惩制度。

不乏发现店内在业人员大都朝^v^被动性^v^的属性偏走时，此制度就得顺势推出(事前可先完置备用)，到达制定标准就施以奖励(如奖金、礼券、歇假……)，未达成(需明了原因)则赐与薄惩(如减薪、记缺点……)。恩威并施可收较好效益。

六、同业可以为师。

此法较合用于连锁加盟行业可透过会议、联谊活动及总部的资讯来源(固然必须是总部经营数字透明化的前提下)，如此则可清楚懂得同样经营形态的店肆是怎样合理节制成本，继续往前扬长避短地让本身获取更大的利益。

十二、树立自己的品牌和客户群

初期(1-3月)

主要产品是针对城市三种群体不同身体健康状况的餐品，市场策略为通过积极有效的营销策略，树立“休闲食品”的良好的品牌形象，提升知名度、美誉度;收回初期投资，积极进行市场推广。

中期(1年)

巩固、扩展已有的市场分额，进一步健全餐厅的经营管理体制，提高企业的科学管理水平;着手准备品牌扩张所必须的企业形象识别系统、统一的特色优势餐品、统一的管理模式等方面的建设。

长期(2年)

届时，餐厅运营已经步入稳定良好的状态，随着企业的势力与影响力的增强，服务范围不再能满足潜在顾客的需要时，以特许经营的方式，开拓新的市场空间，扩大餐厅的辐射范围和影响力。

十三、店面设计

视觉识别

店名：一方面应该和自己的经营业务有紧密的相关，另一方面要照顾到经营的场所是在部队内部，要贴近部队文化特色，易于为部队群体喜爱和接受，店名应有格调，意味悠长。

颜色：以黄色，红色，橙色等暖系色调为主，辅以轻快活泼的冷系色调。彰显时尚，潮流，雅致，品位。

店面布局

恰当运用灯光，地毯，隔断等元素，尽量一方面有效利用空间，一方面显得错落有致，不显开阔平淡之感。可适当设计一些较为私密的桌位，然长时间逗留的顾客充分享受那份怡然自得的情调。分区布局，让每个细分群体的消费者都有自己喜爱的角落和桌位。

灯饰和灯光：灯饰是餐厅厅装饰的重要元素，选择各种不同样式的灯饰可以有效增餐厅的美感。灯光是烘托餐厅气氛的重要部分，可以选择不同颜色的灯光，烘托出餐厅宜人的气氛。同时，顾客应该保留在自己的空间按照自己的要求调节灯光的便利。

墙面装饰和窗帘：按照季节及时调整，各种织物材质，图案，颜色尽量显得和谐，显示餐厅的格调，贴近消费者感官享受。

桌位：桌位设计和摆放应该总体上和谐，个体上有差异，避免给消费者大排档那样的感受。

工艺品摆放：工艺品的选择应该贴近餐厅气氛和消费者偏好，烘托出餐厅的品位。

餐具：干净，整洁。

背景音乐：以浪漫，柔和的轻音乐为主，响度适中，切合季节变化。

**咖啡厅原材料购销合同范本3**

一 ）项目概要

项目名称：淘宝伞类用品专卖店（C店）

项目背景：将开淘宝商城，考虑到经验不够充足，故决定先运行C店学习经验和流程。 项目规模：前期投入资金2-3万元人民币（包括进货及运营推广）

项目目的：借助小产品的上线，来培养团队合作和凝聚力，形成整套淘宝规范销售流程，让团队迅速成长和壮大，加强团队对电子商务的了解。

二 ）行业及行业状况

行 业：淘宝伞业

行业状况：通过对淘宝主要店铺进行对比分析，经营天堂伞的店铺占据淘宝伞业市场大半壁江山，其次是太阳城和红叶(如图)，主销国外的梅花伞在淘宝上也有销售，走的是中高端路线。各大伞业厂商中只有天堂伞在淘宝开了一家旗舰专营店，大多都以家居日常生活杂货店形式售卖。

三）竞争优势和劣势

优势：资金充足；

劣势：新店开张，信誉较低，销量少，商品少，以及缺少运营推广人才,霍米伞国内知名度不高。

**咖啡厅原材料购销合同范本4**

一、项目概况

1.位置及环境

项目地理位置，地貌，周围环境状况，道路交通，市政配套(给排水、供电、燃气、通讯等)状况等。

2.建设用地规划要求

项目占地面积，建筑占地率，绿化率，容积率，消防、道路及出入口位置等。

3.建筑概况

总建筑面积，建筑类型，各类建筑栋数、面积、层数、高度等，地下建筑概况(面积、层高、层数)等。

4.建筑分期概况

项目分期及各期所处位置、建设顺序，各期建筑面积、建筑类型、栋数、地下建筑概况等。

二、项目部架构及人力资源计划

1.项目管理组织架构

在人力资源部的协助下制定项目管理组织架构;

项目部人员构成、培训及发展计划。

(1)质量保证体系

项目部质量管理组织形式、人员配置;

组建包括监理、总包的质量、技术人员在内的质量技术小组，解决项目日常质量和技术问题。

(2)岗位职责

各岗位的工作内容、职责描述。

(3)项目部费用

项目部办公场所及办公设备计划;

项目部费用计划。

三、项目建设计划、场地综合利用规划

1.项目建设计划

依据《项目开发计划》和《项目建设综合计划》编制《项目工程管理策划书》中的项目建设计划部分;

该部分应纳入政府管理部门、市政配套部门等与项目建设有关的控制部门、监管部门、配合部门的报送、审批、准许时间节点;

亦应纳入公司内部的产品、营销、设计、成本、采购等相关部门的计划;

该部分应由总体计划、分期计划和标段计划组成。

2.项目建设总平面规划

**咖啡厅原材料购销合同范本5**

一、前言

包括工程概况简述，建设单位、发包单位、设计监理单位名称及责任人姓名联系方式，施工项目及工程主要技术指标，合同额，工程量清单，施工总工期及节点工期，质量环保要求等，合同风险分析及策略。

二、项目部管理目标

质量目标：单元工程合格率 %，优良率 %，分部工程优良率 %;

安全目标：重伤率 %，生产性死亡为率 %;

进度目标：合同工期完工时间： 年 月 日;

成本目标：实现公司或分公司计划成本目标 万元。

三、应建立、健全如下规章制度(注明编写情况或计划编写时间，并严格执行。不限于以下规章制度)

1) 项目管理人员岗位责任制度;

2) 项目技术管理制度;

3) 项目质量管理制度;

4) 项目安全管理制度;

5) 项目计划，统计与进度管理制度;

6) 项目成本核算制度;

7) 项目材料，机械设备管理制度;

8) 项目现场管理制度;

9) 项目分配与奖励制度;

10) 项目例会及施工日志制度;

11) 项目分包及劳务管理制度;

12) 项目组织协调制度;

13) 项目信息管理制度。

四、本工程资源投入情况

优化配置，动态控制和降低成本。包括人力资源(管理人员、机上人员)，以精干、一人多专(岗)为原则，应有组织机构框图，可用于计算管理人员人工费。施工机械型号、数量(包括自有、租赁)，租赁设备应详细说明租赁时间租赁地点租赁价格等信息，按照程序办理。

五、项目分包策划

分包项目及分包原因，对分包商考察及其信誉情况，包括分包风险分析、分包价格分析，降低成本的主要办法;如采用招投标方式分包，则招投标文件等应上报获得批准。

甲供材料价格(包括电、柴油等动力燃料)、大众物资材料价格，包括运输费用、装卸车费用、采保费等。

六、项目成本控制

1、项目经理部运行费用测算

应在WORD表格中插入EXCL表格计算(包括计算公式)，包括业务费，表格形式反映。

2、项目工程成本测算

应在WORD表格中插入EXCL表格计算(包括计算公式)，每项单价均应有成本单价计算过程，表格形式反映。

七、项目变更及索赔点的策划

变更项目分析，索赔阶段性工作计划等。

八、进度控制

项目总工期及节点工期，业主要求和经理部计划。

资源配置、工效和工程量等分析资料。

九、安全控制

按照公司安全管理体系控制并应与公司安全生产管理部要求相符。

十、项目质量控制

按照公司质量管理体系控制并应与公司安全生产管理部要求相符。

十一、项目货币资金需求及资金策划、完工资金回收表格形式反映。

十二、项目竣工验收阶段管理

十三、项目的考核评价

十四、项目回访保修管理

**咖啡厅原材料购销合同范本6**

一、活动背景：

爱老敬老是中华民族传承数千年的高尚情操，作为xx学院的一名大学生，我们有责任传承这样一种高尚的品德，共同营造良好的社会风气。我们借此社会实践活动机会把“健康从心开始，关爱生命，呵护心灵，完善自我”这个理念贯彻到实践生活中。

在当今这个快节奏的社会里，老人们成了被淡漠的群体，缺少社会的关心。他们需要是那份被关爱的温暖。在这一丝的温暖中感到社会对他们的关怀。人生的目的在于追求快乐。

关爱老人，是我们所有人都应尽的一份责任，时刻谨记这份责任并付出行动，我们的人生才会完整，才会更有意义。

二、活动主题：

传播爱心，传承文明，回报社会

三、活动目的、意义和目标：

1、目的：慰问敬老院的老人家，给他们送去一份关爱和温暖，塑造红河学院的良好的社会形象，展现我院学生的素质，并达到关怀老人的社会效应。

2、意义：使孤寡老人们感受到社会对他们的关怀，同时增强同学们的社会责任感，让大家了解社会，关注这群庞大而特殊的群体，从中学会关爱，学会感恩，弘扬中华民族敬老爱老的传统美德。

3、目标：让老人们对我们的活动感到满意、对我们的服务感到满意。

四、活动时间：

20xx年x月Xx日

五、活动地点：

xx敬老院

六、参与人员：

xx第二小组全体成员

七、活动流程：

活动前期工作准备：

1、组长xx与敬老院有关负责人取得联系，与其洽谈具体的时间和相关事宜。

2、统计所有参加活动的人，并交代注意事项

3、确定好要到敬老院做的事

4、准备好慰问品（自制的小礼品）

备注：每人收集一些夏天的健康保健知识和养生之道，了解一些日常生活的小窍门。针对近期持续高温的天气，了解防暑的知识，陪老人聊天的时候教给他们。

活动流程：

1、从敬老院有关工作人员处了解各位老人的性格特点，生活习惯和健康情况。

2、全体组员向老人们问好，送上诚挚的祝福。

3、安排学生与老人的互动，分开与老人们进行聊天、下棋等，各显其能，达到让老人高兴的效果。

4、帮助老人打扫清洁卫生。

5、给老人们讲讲夏天的生活保健和养生之道，介绍一些方便实用生活小窍门和健康知识。

6、与老人聊天，耐心聆听。

全部活动结束后，活动参加者和老人告别，合影留念。最后按原路返校，整个活动结束。

八、注意事项：

1、集合必须准时。

2、着装整洁。

3、进入敬老院，见到老人一定要微笑打招呼，这是对老人的一种尊重与认可。

4、与老人交谈时要尽量的去倾听他们，要引导老人多讲述他们的往事。

5、老年人多患有心脑血管疾病，活动时应注意不可有太大响声，不可长时间吵闹起哄，尽量避免老人较大的活动及情绪波动，以避免老人出现身体不适。老年人在敬老院多存在孤独寂寞感，交流时语言须亲切。

6、清扫房间时一定要将物品放回原处，不要改变它们的原来布局。

九、活动经费预算：

1、车费：xx元

2、小礼品：xx元

总计：xx元

十、工作人员安排：

1、负责人：xx

2、拍照：xx

**咖啡厅原材料购销合同范本7**

一、活动背景

近年来许多旅游景点、风景名胜区在迎来众多游客的同时，也“接纳”了令人瞠目结舌的果皮、纸屑、塑料袋等。

节假日旅游火爆的背后，却是一些景区垃圾遍地、环境污染的触目惊心景象。这固然是某些游客自身素质不高的体现，也反映出整个社会文明建设的缺憾。绝对需要引起我们的注意与深思，通过多种途径来改善这种局面。

二、活动目的

随着人们对健康的追求和对大自然的向往，户外活动日渐普及，越来越多的人走进森林、走向山野、深入洞穴......然而，伴随着我们的脚步，越来越多的物质垃圾和干扰行为也侵入户外环境，对大自然产生了消极的影响，带来了沉重的负担。

那么，在登山徒步的时候，在欣赏自然风光的时候，我们是否应该思考一下：如何为保护环境做些力所能及事情？我们是否可以降低干扰、带走垃圾、帮助大自然恢复原有的宁静呢？

此次我们举行的“一日之计”景区清洁活动，正好可以将旅行与环保结合在一起，宣传环保理念，告诉大家爱护环境从我做起，并通过有意义的活动自律于己，感染身边的人。

三、活动简介

四、活动详情

2、活动关键：游览风景的同时尽量多捡垃圾，清洁景区，同时向乱丢垃圾者宣讲环保知识，“美丽的自然风光是我们户外活动的宝贵资源，清洁景区，人人有责！”。

3、活动扩展：组织义卖、宣讲会、攀岩等户外项目培训等。

五、活动分析

**咖啡厅原材料购销合同范本8**

一、赛事组织

1、主办单位：教务处

2、承办单位：信息科学与工程学院

二、参赛单位与学生要求

1、比赛面向全校本科生，不分专业，学生可独立成队，也可以自愿组队，建议跨专业组队。团队人数不超过5人，每件作品可以有1～2名指导教师。

2、参赛人员需认真填写参赛报名表(见策划书附件)。

三、竞赛内容与规则

1、竞赛作品性质

参赛作品应是学生独立完成或在指导教师指导下完成的创意创业作品、科技作品或专利发明产品等。作品必须具有真实性和创新性，严禁弄虚作假，评审委员会将对申报作品进行创新审查和防抄袭审查。

2、竞赛作品内容(作品命题)

凡是与DIY创意为主要内容的创新活动，能挖掘大学生的创新潜能，与培养大学生的创新意识有关的科技创新课题与作品，能够提高人民生活品质、促进人们积极向上以及给人们带来美感和愉悦的产品，都在此项目范畴之内。

根据作品形式对所涉及项目进行分类如下：

A、创意实物作品类

B、创意方案作品类

根据作品所涉及技术领域将项目进一步分类如下：

(1)时尚手工创意类：如创意学习用品、笔筒插花、雕塑、相框、手工玩具、小礼品、创意箱包、创意鞋子、创意生活用品、时尚纪念品、挂件饰品等;

(2)电子软件及应用类：如软件产品造型设计、应用程序设计、工业产品或组件创新设计、电路电子应用设计等;

(3)环保创作类：如以环保为主题，突出体现环保意义，作品具有一定实用价值;

(4)服装设计类：创意服饰类;

(5)创意设计：如汽车、建筑、景观、手机等的设计、海报创意设计、公益广告创意等新概念设计;

(6)创意策划：如有新意的活动策划、商业模式、营销方案、创业计划、广告脚本等，作品要符合现实需要

3、竞赛规则

**咖啡厅原材料购销合同范本9**

第一章：工程概况

项目概况

相关单位

填写工程项目的建设单位、设计单位、监理单位、监督单位等相关单位名称。

工程简介

说明工程项目的地理位置、建筑规模、建筑功能、地质水文情况、结构形式；工程特殊要求等。

主要工程量

以表格形式分别列出主要工程材料的规格型号和数量。

工程现状

业主手续办理情况

说明规划许可证、施工许可证等的办理情况。

图纸到位情况

说明图纸到位套数，图纸会审展开情况。

合同签订情况

说明与业主方合同是否签订，简述主要内容。内容应包括工程造价、合同价格类型。

其他情况

详细说明工程的周边环境如道路情况、是否为居民区、征拆等情况。要求内容简捷、语言严谨。

项目工程管理的特点和难点

项目工程特点、难点从以下几方面考虑：

1. 从项目地理位置、场地条件、周边环境充分考虑施工特点、难点。

2. 从设计图纸考虑施工特点、难点。

3. 从质量要求、进度要求方面考虑施工特点、难点。

4、从施工组织设计充分考虑施工特点、难点。

5 从施工单位多，组织和管理特点、难点。

6、从施工时间、季节、气候等方面考虑施工特点、难点。

第二章：施工准备

技术准备

1、熟悉图纸。组织各专业技术人员熟悉图纸，对图纸进行自审，熟悉和掌握施工图纸的全部内容和设计意图。土建、安装各专业相互对照，发现问题；结合投标文件，理清变更、索赔、补差思路，优化变更设计内容，争取将其一并纳入图纸会审纪要。

2、计算工程量。由项目总工程师牵头，组织技术人员充分熟悉施工图纸，分工计算主要材料工程量，以便做进度计划和供应计划，更好地控制成本，减少消耗。

3、编制实施性施工组织设计。由项目经理负责，项目总工程师编制施工组织设计，并进行审核，组织有关人员学习施工组织设计，使施工组织设计真正成为指导施工的纲领性文件。

**咖啡厅原材料购销合同范本10**

一、前言

二、物业概述

三、目标购房群

四、营销阻碍及对策

五、形象定位

六、广告宣传

七、费用预算

八、专业精神和职业水准将为您带来不一样的效果

一、太原楼市分析

个性化、形象化竞争日益激烈，将成为太原市地产发展的潮流。物业项目要取得优异的销售业绩，就必须把握时机，尽竭利用自身的个性资本和雄浑的势力，把自身打造成极富个性和口碑，拥有良好公众形象的楼盘。

二、项目物业概述(略)

三、项目物业的优势与不足

优势：

1、位置优越，交通便捷

位置优越：处于北城区的成熟社区之中心;徒步分钟即可到达酒店、食府、剧院、商场、超市等社区设施一应俱全。

交通便捷：公共交通比较便捷，有三趟公交线路途径本案

2、区内康体、娱乐、休闲设施一应俱全

室外设施：活动广场、小区幼儿园、医院、购物广场、篮球场

室内设施：桑拿浴室、健身室、乒乓球室、桌球室、卡拉酒廊

3、小户型

房厅、房厅，面积 平方米之间的小户型，以及提供菜单式装修，对于事业有成、家庭结构简单、时尚、享受的目标购房群极具吸引力。

不足：

4、环境建设缺乏吸引性景观

环境建设缺乏吸引性景观，不利于引发目标购房群兴趣;不利于提升花园在公众中的知名度、美誉度和造成记忆;同时也不利于满足区内居民的荣誉感。(现代住宅不仅要满足居住的需要，还要满足居住者特殊的心理需求)

5、物业管理缺乏特色服务

物业管理方面未能根据目标购房群的职业特点和实际需求(事业有成、时尚、享受)开展特色服务，使花园在服务方面缺乏了应有的个性和吸引力。

四、目标购房群

1、年龄在 岁之间经济富裕有投资意识或有习惯在北城生活的中老年人

家庭构成： 口、中老年夫妻或带一小孩、单身中老年

2、年龄在 岁之间事业蒸蒸日上月收入在元以上时尚、享受在北城工作的管理者或小私营业主

家庭构成： 口、中青年夫妻或带一小孩、单身中青年

五、项目物业营销阻碍及对策

阻碍：

1、花园内朝向差、无景、背阴的单位难于销售。

2、区内商铺经营状况不景气，销售业绩不佳。

对策：

1、把区内朝向差、背阴、无景的单位作为特别单位重新命名炒作，作为特价单位适时限量发售。通过广告炒作、整体形象和价格之间的落差以及增值赠送来促进销售。

2、商铺经营不景气，销售业绩不佳，究其原因有二。

一是区内人气不旺，二是花园离大型购物中心太近。

故对策有二：

一、引爆住宅销售，带旺区内人气，促进商铺的经营和销售;

二、根据区内居民的职业特点、年龄结构、心理特征、追求喜好和实际需求开展特色经营。例如：高品味的酒廊、咖啡厅等。

六、形象定位

根据物业项目的自身特点和目标购房群特殊的身份、社会地位和所处的人生阶段，我们把物业项目定位为：凸显人生至高境界，完美人生超凡享受的非常住宅。

主体广告语：

辉煌人生，超凡享受

花园提供的(给您的)不止是称心满意的住宅

辉煌人生

花园的目标购房群大部分是事业有成的中青年老板和管理阶层，或者是有固定资产投资的中老年。因此，他们的人生是与众不同的，是辉煌的。

**咖啡厅原材料购销合同范本11**

合同号码：

签约日期：

买方：

卖方：本合同由买卖双方缔结，用中、英文字写成，两种文体具有同等效力，按照下述条款，卖方同意售出买方同意购进以下商品：

第一部分

1.商品名称及规格

2.生产国别及制造厂商

3.单价(包装费用包括在内)

4.数量

5.总值

6.包装(适合海洋运输)

7.保险(除非另有协议，保险均由买方负责)

8.装船时间

9.装运口岸

10.目的口岸

11.装运唛头，卖方负责在每件货物上用牢固的不褪色的颜料明显地刷印或标明下述唛头，以及目的口岸、件号、毛重和净重、尺码和其它买方要求的标记。如系危险及/或有毒货物，卖方负责保证在每件货物上明显地标明货物的性质说明及习惯上被接受的标记。

12.付款条件：买方于货物装船时间前一个月通过\_\_\_银行开出以卖方为抬头的不可撤销信用证，卖方在货物装船启运后凭本合同交货条款第18条a款所列单据在开证银行议付贷款。上述信用证有效期将在装船后15天截止。

13.其它条件：除非经买方同意和接受，本合同其它一切有关事项均按第二部分交货条款之规定办理，该交货条款为本合同不可分的部分，本合同如有任何附加条款将自动地优先执行附加条款，如附加条款与本合同条款有抵触，则以附加条款为准。

第二部分条件

.本合同项下货物的装运舱位由买方或买方的运输代理人\_\_\_\_\_租订。

.在fob条件下，卖方应负责将所订货物在本合同第8条所规定的装船期内按买方所通知的任何日期装上买方所指定的船只。

.在fas条件下，卖方应负责将所订货物在本合同第8条所规定的装船期内按买方所通知的任何日期交到买方所指定船只的吊杆下。

.货物装运日前10--15天，买方应以电报或电传通知卖方合同号、船只预计到港日期、装运数量及船运代理人的名称。以便卖方经与该船运代理人联合及安排货物的装运。卖方应将联系结果通过电报或电传及时报告买方。如买方因故需要变更船只或者船只比预先通知卖方的日期提前或推迟到达装运港口，买方或其船运代理人应及时通知卖方。卖方亦应与买方的运输代理或买方保持密切联系。

.如买方所订船只到达装运港后，卖方不能在买方所通知的装船时间内将货物装上船只或将货物交到吊杆之下，卖方应负担买方的一切费用和损失，如空舱费、滞期费及由此而引起的及/或遭受的买方的一切损失。

.如船只撤换或延期或退关等而未及时通知卖方停止交货，在装港发生的栈租及保险费损失的计算，应以代理通知之装船日期(如货物晚于代理通知之装船日期抵达装港，应以货物抵港日期)为准，在港口免费堆存期满后第十六天起由买方负担，人力不可抗拒的情况除外。上述费用均凭原始单据经买方核实后支付。但卖方仍应在装载货船到达装港后立即将货物装船，并负担费用及风险。

;f条件

.卖方在本合同第8条规定的时间之内应将货物装上由装运港到中国口岸的直达船。未经买方事先许可，不得转船。货物不得由悬挂中国港口当局所不能接受的国家旗帜的船装载。

.卖方所租船只应适航和适货。卖方租船时应慎重和认真地选择承运人及船只。买方不接受非保赔协会成员的船只。

.卖方所租载货船只应在正常合理时间内驶达目的港。不得无故绕行或迟延。

.卖方所租载货船只船龄不得超过15年。对超过15年船龄的船只其超船龄额外保险费应由卖方负担。买方不接受船龄超过二十年的船只。

.一次装运数量超过一千吨的货载或其它少于一千吨但买方指明的货载，卖方应在装船日前至少10天用电传或电报通知买方合同号、商品名称、数量、船名、船龄、船籍、船只主要规范、预计装货日、预计到达目的港时间、船公司名称、电传和电报挂号。

.一次装运一千吨以上货载或其它少于一千吨但买方指明的货载，其船长应在该船抵达目的港前7天和24小时分别用电传或电报通知买方预计抵港时间、合同号、商品名称及数量。

.如果货物由班轮装运，载货船只必须是\_\_\_\_\_船级社最高船级或船级协会条款规定的相同级别的船级，船只状况应保持至提单有效期终了时止，以装船日为准船龄不得超过20年。超过20年船龄的船只，卖方应负担超船龄外保险费。买方绝不接受超过25年船龄的船只。

.对于散件货，如果卖方未经买方事前同意而装入集装箱，卖方应负责向买方支付赔偿金，由双方在适当时间商定具体金额。

.卖方应和载运货物的船只保持密切联系，并以最快的手段通知买方船只在途中发生的一切事故，如因卖方未及时通知买方而造成买方的一切损失卖方应负责赔偿。

条件：在cif条件下，除本合同第15条c&f条件适用之外卖方负责货物的保险，但不允许有免赔比率。

17.装船通知：货物装船完毕后48小时内，卖方应即以电报或电传通知买方合同号、商品名称、所装重量(毛/净)或数量、发票价值、船名、装运口岸、开船日期及预计到达目的港时间。如因卖方未及时用电报或电传给买方以上述装船通知而使买方不能及时保险，卖方负责赔偿买方由此而引起的一切损害及/或损失。

18.装船单据

.卖方凭下列单据向付款银行议付货款：

.填写通知目的口岸的\_\_\_\_\_运输公司的空白抬头、空白背书的全套已装运洋轮的清洁提单(如系c&f/cif条款则注明“运费已付”，如系fob/fas条款则注明“运费待收”)。

.由信用证受益人签名出具的发票5份，注明合同号、信用证号、商品名称、详细规格及装船唛头标记。

.两份由信用证受益人出具的装箱单及/或重量单，注明每件货物的毛重和净重及/或尺码。

.由制造商及/或装运口岸的合格、独立的公证行签发的品质检验证书及数量或重量证书各两份，必须注明货物的全部规格与信用证规定相符。

.本交货条件第17条规定的装船通知电报或电传副本一份。

.证明上述单据的副本已按合同要求寄出的书信一封。

.运货船只的国籍已经买主批准的书信一封。

.如系卖方保险需提供投保不少于发票价值110%的一切险和战争险的保险单。

.不接受影印、自动或电脑处理、或复印的任何正本单据，除非这些单据印有清晰的“正本”字样，并经发证单位授权的领导人手签证明。

.联运提单、迟期提单、简式提单不能接受。

.受益人指定的第三者为装船者不能接受，除非该第三者提单由装船者背书转受益人，再由受赠人背书方可接受。

.信用证开立日期之前出具的单据不能接受。

.对于c&f/cif货载，不接受租船提单，除非受益人提供租船合同、船长或大副收据、装船命令、货物配载图及或买方在信用证内所要求提供的其它单据副本各一份。

.卖方须将提单、发票及装箱单各两份副本随船带交目的口岸的买方收货代理人\_\_\_\_\_。

.载运货船启碇后，卖方须立即航空邮寄全套单据副本一份给买方，三份给目的口岸的对外贸易运输公司分公司。

.卖方应负责赔偿买方因卖方失寄或迟寄上述单据而使买方遭受的一切损失。

.^v^境外的银行费用由卖方负担。

19.合同所订货物如用空运，则本合同有关海运的一切条款均按空运条款执行。

20.危险品说明书凡属危险品及/或有毒，卖方必须提供其危险或有毒性能、运输、仓储和装卸注意事项以及防治、急救、消防方法的说明书，卖方应将此项说明书各三份随同其他装船单据航空邮寄给买方及目的.口岸的\_\_\_\_\_运输公司。

21.检验和索赔货物在目的口岸卸毕60天内(如果用集装箱装运则在开箱后60天)经中国进出口商品检验局复验，如发现品质、数量或重量以及其它任何方面与本合同规定不符，除属于保险公司或船行负责者外，买方有权凭上述检验局出具的检验证书向卖方提出退货或索赔。因退货或索赔引起的一切费用包括检验费、利息及损失均由卖方负担。在此情况下，凡货物适于抽样及寄送时如卖方要求，买方可将样品寄交卖方。

22.赔偿费因“人力不可抗拒”而推迟或不能交货者除外，如果卖方不能交货或不能按合同规定的条件交货，卖方应负责向买方赔偿由此而引起的一切损失和遭受的损害，包括买价及/或买价的差价、空舱费、滞期费，以及由此而引起的直接或间接损失。买方有权撤销全部或部分合同，但并不妨碍买方向卖方提出索赔的权利。

23.由于一般公认的“人力不可抗拒”原因而不能交货或延迟交货，卖方或买方都不负责任。但卖方应在事故发生后立即用电报或电传告买方并在事故发生后15天内航空邮寄买方灾害发生地点之有关政府机关或商会所出具的证明，证实灾害存在。如果上述“人力不要抗拒”继续存在60天以上，买方有权撤销合同的全部或一部。

24.仲裁双方同意对一切因执行和解释本合同条款所发生的争议，努力通过友好协商解决。在争议发生之日起一个合理的时间内，最多不超过90天，协商不能取得对买卖双方都满意的结果时，如买方决定不向他认为合适的有管辖权的法院提出诉讼，则该争议应提交仲裁。除双方另有协议，仲裁应在中国北京举行，并按中国国际贸易促进委员会对外贸易仲裁委员会所制订的仲裁规则和程序进行仲裁，该仲裁为终局裁决，对双方均有约束力。仲裁费用除非另有决定，由败诉一方负担。

卖方：买方：

日期：日期：

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！