# 2024年餐饮创业计划书大学生(模板8篇)

来源：网络 作者：紫云飞舞 更新时间：2024-08-17

*计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。通过制定计划，我们可以将时间、有限的资源分配给不同的任务，并设定合理的限制。这样，我们就能够提高工作效率。以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考...*

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。通过制定计划，我们可以将时间、有限的资源分配给不同的任务，并设定合理的限制。这样，我们就能够提高工作效率。以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**餐饮创业计划书大学生篇一**

民以食为天，足见食之重要。本创业计划书是

关于

在大学附近开设一家绿色餐饮店的方案。其主要业务是自助餐、早餐、中餐、晚餐、外卖、生日聚餐等，目标市场是在校大学生。本餐饮店首先采取个体户的经营方式。但是有自己的品牌商标，价值理念。在资金等条件成熟后将会组建公司并实行连锁经营方式。总体战略目标是：“立足本地，树立品牌，步步为营，扩大规模，走向全国”。

在学校周围现在已有多家餐馆，他们大多是周围居民利用所处的地理位置在自家开的小餐馆，其环境、卫生条件、管理方式等都不尽人意。年轻人对饮食永远不会满足,不仅是只为吃而吃，其非常需要环境优雅、卫生条件达标、有文化底蕴的绿色餐馆，以彰显自己的个性。安顺学院附近像样的餐馆基本没有 ，所以这样的餐馆还是有相当的市场。到很远的地方买我们本身就是大学生，置身于这个环境更有优势。我们可以更了解大学生需要

什么

，更好的迎合大学生的口味。餐饮店的成本不多，对于我们大学生具有一定的可行性和可操作性。

随着经济稳定快速增长，城乡居民收入水平明显提高，餐饮市场表现出旺盛的发展势头。目前我国的餐饮市场中，正餐以中式正餐为主，西式正餐逐渐兴起，但目前规模尚小;快餐以西式快餐为主，肯德基、麦当劳、必胜客等，是市场中的主力，中式快餐已经蓬勃发展，但当前尚无法与“洋快餐”相抗衡。相比洋快餐

专业

化、品牌化、连锁化的成功营销模式。中式餐饮发展显然稍逊一筹，如何去占领那部分市场，是我们需要解决的问题。

随着人们对自身健康及食品

安全

关注程度的提高。而洋快餐油炸、高能量为主的食品长期食用导致肥胖等问题曝光后。饮食安全成为一个热门

话题

?如何给消费者一个放心安全的饮食，成为餐饮业今后发展的主题。可以预见运用环保、健康、安全理念，倡导绿色消费将是今后餐饮业的发展趋势。绿色餐饮的提出其实也是社会文明程度的进步，是一个新的餐饮文化理念。在未来几年内，我国餐饮业经营模式将多元化发展，国际化进程将加快，而且绿色餐饮必将成为时尚，这无疑给投资绿色餐饮业带来了契机。

本店主体顾客是学生，毕竟年轻人都比较喜欢环境优雅、有创意的地方。市场主要面对的是安顺学院的学生和老师，及过往人员。

本店里菜品种类繁多，品种齐全。顾客可以更大程度地选择适合自己的口味，满足他们追求时尚的需要。如果顾客有时间感兴趣，本店还可以提供相应的餐具及蔬菜，让顾客自己选择做与不做。

因为学校附近没有像样的餐饮店，而学校内学生对绿色饮食需求量较大，这里会是一个很大的市场。具有很强的操作性和实用性。

1、为了让顾客吃上放心、绿色的食品，本店设计了一条标语：花最合适的钱买一份健康。

2、坚持诚信为本，顾客权益至上的理念。

3、靠薄利多销，走经营流水，留意客户的反馈信息。凭借优良的品质和满意的服务，赢得顾客的认可，努力实现本店与顾客双赢的局面。

4、最终目标：寻求加盟，连锁经营 ，扩大规模和影响力。

由两名人员专门负责采购货物及外卖，两名人员负责主厨，还有两名人员负责店里的`清洁和装饰。

1、本店将有不同种类特色菜品推出：腊八蒜炒藕片、蜜汁滋补双色、脆皮时蔬、山药富贵虾、鲜味香锅仔茄、串烧赛肥牛、鱼籽粉丝蒸丝瓜、杂粮锅巴肉、太极蒸木耳、青蔬狮子头、咖啡烤肉、瓜粒茶树菇等。本店还将提供生日特色餐。

2、紧跟潮流，适时推出新产品。

1、所销售菜品获得的利润和服务性收费。

2、代理业务获得的收入，可以拉赞助，在广告宣传单上印发

其他

行业广告，在学校合适场地发放。

因为本店经营货品占地不大，起步初期可以先根据市场需求作一份需求分析，根据此分析再逐步扩大购买规模，预计需要大约xx0(待算)元启动资金，主要用于购买原材料、租借场地、员工培训、市场宣传推广。资金的筹措方式是个人或者学校的风险资金，以投资入股的方式投入，其他资金投入方式也可以考虑。预计在未来的一年内收回成本 (平均销售利润率20%计算 ) 。

1、菜品将分为上中下三种不同的档次。不同的价格。这样就可以满足不同消费能力的顾客。

2、会员卡制：消费满一定金额，可得到一张会员卡。方便以后购买获得优惠。

3、积分制：消费一元得一分，满足一定积分可兑换相应的商品。

5 、利用本身作为大学生的优势。到学校宿舍进行外卖，扩大影响力。让他们更多的了解本店!

1、组织人员在不同时间去学校发广告单。并在节假日搞些促销活动，回馈顾客(根据开学、国庆节，中秋节，春节，劳动节等节日特点搞活动)。

2、店内海报：可在店内贴上海报、招贴画等，介绍饰品的使用及文化内涵等。

5、品牌建设：以最优的服务，最优惠的价格，提供多种搭配方案。满足不同消费者的需求。力求让消费者以最优惠的价格尝到他们心仪的菜品。

**餐饮创业计划书大学生篇二**

大学生饮食配送是专门针对在校大学生餐饮的一种特殊的，综合的饮食方案。是以食堂为主，配送为辅的全新型方案。为大学生从根本上解决饮食质量、安全、服务等问题。食品价格低廉，安全高，富有特色，形成独一的专业服务。

在大学中一直被诟病的就是大学食堂的饮食问题，大学的饮食质量不高已成为公认的问题，仅仅是满足了学生们的温饱问题,而质量却远远没有达到学生们的要求。部分大学的饮食状况令人担忧，甚至有的大学食堂出现了集体中毒事件。

本企划就是根据这一点,为了保障大学生的饮食安全，提高大学生的饮食质量，成立大学饮食联盟，旨在为高校大学生提供价格低廉安全高质并富有特色的食品，并且同时为各高校提供一定的勤工助学岗位，帮助贫困生更好的完成学业。

饮食配送的独特之处是食物品种多样，味感多样;配送人员亲和，有礼，对各种食物有一定的了解;一款精细的配送礼品，与饮食有关，且成本不高，有别于市场餐饮配送，专为大学生打造，代表当代大学生的高品质追求。

饮食配送要在大学生中推广成功，其关键问题是：

1、 味感独特，食品多样，符合大部分学生的口味，物廉价美，努力得到大学生的认可。

2、 食品安全，可靠性高。

3、 引导一种新型的绿色食品观念，提升产品的附加值，有足够的辐射力。

4、 配送附加礼品要求精细，美观，与饮食配送有关，成本低，且能提升食品的销售量。

1、 在大学校园中，饮食问题一直都没有得到可观的改善，食堂食品贵，且不符合大多数学生的要求，食品类型大同小异，份量少，卫生存在隐患!

2、 随着中国社会的进步，消费者不再单方面的要求温饱，更多的是高层物质的享受及审美观下的视觉享受，在这种情况下，大学生饮食配送有绝大的优势进军大学校园，确定了饮食配送是促进大学生活的高品质的观念及起步，以食品齐全，物廉价美，干净卫生，服务周全，礼品赠送为口号，展开全面的大学饮食推广策划。

大学饮食主要以食堂为主，因此首先就要增强饮食配送的知名度，作为一种新产品发售，先在本院取得经验，然后再推广到全国各个大学。为此，制定三个目标，分别为：近期目标、中期目标、长期目标。

1、 近期目标：投入城院各个角落，获得80%认识率(1-3个月)

2、 中期目标：取得城院学生30%以上的份额，并逐步向全国各大院校推广(半年―1年)

3、 长期目标：取得全国各大院校30%以上的份额。

1、 综合环境分析

饮食不止是在校大学生的问题，整个全国甚至全世界在饮食方面都相当重视，饮食界可谓是全人类最基本也最不可缺少的一角，随着人民物文化生活水平的提高，人们将越来越重视饮食方面的问题。因此饮食市场容量还将扩大。

虽然，目前饮食市场竞争激烈，但是仍然存在着相当巨大的潜在市场，大学校园可谓是一个大型市场。目前，大学生与食堂存在诸多不和谐因素，每个院校大概都有3―5个食堂左右，但有为数不少的大学生却从不踏进食堂大门，不少大学生反应食堂存在的种种问题，其中最主要的\'问题就是不符合大学生口味。即使有部分校园食堂有所改善，但都收益不大，学生还是抱怨不断。饮食配送将形成一个独特巨大的市场。

2、 竞争环境分析

a、院校皆以食堂为主

饮食类型基本一致

卫生存在隐患

价格较高

份量较少

菜色基本一致

b、饮食品类划分

随着中国人均消费水平的提高以及人类生活质量的改善，饮食变成了一种美的享受，一种精神的享受。当代大学生是国家顶梁柱，他们的眼观，心态往往透示着一种新时代的追求。饮食在致可划分为四类：

一类是甜食(如糖醋里脊);

一类是酸食(如泡菜);

一类是辣食(如辣子鸡丁);

一类是普通菜食

c、竞争状况

由于市场竞争机制的引入，饮食市场的竞争也愈演愈烈，目前，饮食市场已基本被分割完毕，各种类型的食品诸如牛毛，占据市场，它们之间争夺市场的斗争激烈，造成其它品牌打入的困难。

此外，国内出现了由国外引进的食品，逐步进入大学校园，如啃德基，麦当劳之类，除直接引起一些高消费阶层外，还寻求合作途径，如中国最大的加油站经营商中国石化(sinopec)与麦当劳中国公司正式签约宣布：双方决定结成战略联盟，在加油站合作开发“得来速”(drive-through)汽车餐厅，即利用中国石化的加油站网络，开设免下车点餐的餐厅。这就更加剧了饮食市场的竞争。

为适应形势，国内饮食市场也纷纷开拓新产品或引进新方案，进行技术改造，增进国产食品的更新换代，大学校园首当其冲。从总体看来，国内食品普遍需要更新换代，竞争还促使国内饮食的进一步细分化，出现了各式各样的菜色。

d、竞争者划定

作为一种最新引进大学校园的饮食配送，很有可能触及所有校园食品的的销售利益。

主要竞争者的市场定位及广告诉求点：

甜食：定位为广东、福建等地区，多以小孩为代表，突出纯美，和谐;

酸食：定位为内蒙古等地区，诉求点是自然美与草原生活;

辣食：定位为四川、安徽、湖南、江西等地区，诉求点是，辣，就是这个味。

普通食：定位为全国所有地区，理性诉求。

综合以上分析，我们建义，饮食配送采取补缺者的战略定位，其具体做法是：改善饮食结构，用差异化战略强占校园市场分额。

e、饮食配送的问题点与机会点

问题点(市场阻碍)：饮食市场基本分割完毕，新的方案很难打入，之前就有校园食堂多次改善，但效果不佳，导致大多数大学生对此失去信心。

机会点：随着中国生活水平的提高，人与人的各种交往增加， 人们对饮食有了很大的改观，首先就是大学生对饮食的要求，饮食将不仅仅是温饱的需要，而更重要的是自我享受，精神享受的需要，故寻求高质量的饮食。

3.消费者分析 (一)消费需求

a、 温饱：消费者希望一份价填一份肚，以维持生理需要，这是最基本的心理需求;

b、 营养：消费者的主要目的是为了保建身体，维持健康生活状态;

c、 眼观享受：消费者希望入眼的是一幅可口欲滴的美观，引起消费者食欲;

d、 物廉价美：消费者希望以最少的费用取得最可口美味的食物;

e、 服务态度：消费者最需要的便是服务的周全，让他们无可挑剔，从而满足消费者本身的利益。

(二)消费习惯

a、 时间：按人类长期不变的生活习惯，人们把一日分为三餐，即早餐、午餐、晚餐;

b、 频率：中国大学生85%的人一日三餐，即早、午、晚三餐;

c、 食物喜好：大学所容纳的是全国各地的学生，喜欢无特定，需根据地方区域来划分。

(三)价格承受力

a、 购买力：同发达国家相比，中国仍是低收入国家，09年中国人均收入3500左右，购买力较低，在校大学生多是家长补助，无本钱。

b、 消费结构：大学生的消费结构仍属于低层次消费，消费的前三位为食品、衣着、日用。食品是第一消费。

c、 价格承受力：大学生每月消费大约在一千无左右，扣除衣着，日用，只有为数不多的钱用来饮食，每日饮食15-25元左右为佳。最高承受的价格不超过期35元/日。

4、食品竞争力分析

a、 饮食配送特点

饮食配送完全符合当代大学生的需求，食品各色各样，物廉价美，安全卫生，服务周全，附赠礼品吸引，有特色。包做包送。摆脱了现今的局限性，安全可靠。

b、优劣比较

食品消费是人们日常生活中最不可缺少的一项，以往，人们在购买时决策简单，对技术加工方面的信息并不太在意，而主要考虑一个问题：够不够量，吃不吃的饱。

饮食配送作为一种新方案，在大学像舶来品，同以往的食堂相比，也各有优劣。

(一)食品优势

制作技术：以往食堂做食都是最基本的原材料，配方，技术方面都处于较底的水平，偶尔有较高制作水平的食品，但制作成本过高，大学生大都消费不起，导致销售量不多。

而饮食配送刚采用低成本，美食物，多收入，现代化程度高。目前，大学食堂正面临着更新换代的选择，饮食配送正好可以代表新一代大学食堂生活。

(二)食品劣势

现代饮食市场种类繁多，难以找到突破点，大学生口味挑剔，需一定的时间和精力。

配送引起的垃圾品较多。饮食配送任为一种全新方案，在大学知名度几乎为零。

战略定位

采取聚焦差异取胜战略

市场定位

以城院为突破口，逐步向全国各大院校推广，继而占领全国高校

食品定位

根据对大学食堂的环境，目标对象的分析，为区别竞争食品的定位，饮食配送以全新定位出现：大学生饮食配送是提高大学生生活品质的保证。

大学生饮食配送的定位将以高姿态出现，从而避免大学食堂正面交锋的策略，同时力图改变旧有的消费观念和习惯。

传播定位

a) 大学生饮食配送口感独特

b) 大学生饮食配送物廉价美

c) 大学生饮食配送服务周全

d) 大学生饮食配送与大学生所追求的独特心态相应

大学生饮食配送上市时间：20xx年xx月xx日，统一上市。

上市前一周即将对此进行宣传(校报，传单，上门促销)

活动目的

打开知名度，鼓励尝试

活动主题

大学生饮食配送幸运揭盖

活动内容

从xx月xx日―xx月xx日，凡光临饮食配送食堂者优惠8折。

学年礼物

与饮食配送建立长期消费关系者在学年结束时可得一份精美饮食配送手提袋。

b、 公关活动

制作小册子和宣传单

内容：饮食配送的具体状况，饮食配送的特点，及饮食配送对当代大学生改善食物的观念。

目的：在饮食配送的各项公关，促销活动中分发，增进了解。

时间：xx月xx日

经费：1万元

城院推广费预算

预计年底可达20%的校园占有率。

其中：校园促销费：(包括宣传费、海报费、传单费)总计2万元

公关费：5万元

相关成员当日提成费：5千元

**餐饮创业计划书大学生篇三**

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，定期由营销部专人负责对顾客进行跟踪服务。

**餐饮创业计划书大学生篇四**

自上初中以来我便开始住校，深知令人头疼的“ 吃饭”问题，也就是食堂的饭菜问题。由于学校食堂普遍都是以大锅菜的方式做的`，因此虽然价格较低但很少能真正让学生欢迎。而学生对食堂饭菜的抱怨则更是 “自古有之”。虽然大学生可以到校外就餐，但大多数学生迫于经济因素，还是愿意在校食堂就餐。饭菜质量得不到保证，会导致很多问题，学生营养跟不上，甚至有的学生经常不吃饭。于是，营养不良、胃病等不该出现在大学生中的病症也屡见不鲜，这为学生身心健康埋下了隐患。因此我决定整合食堂和饭店的优缺，开一家学生自助营养快餐店。

本店位于大学聚集中心地段，主要针对的客户群是大学生、教师、以及打工人员。经营面积约为80平米左右。主要提供早餐、午餐、晚餐以及特色冷饮和休闲餐饮等。早餐以浙江等南方小吃为主打特色，当然本地小吃也是少不了的。品种多，口味全，营养丰，使就餐者有更多的选择。午餐和晚餐则有南北方不同口味菜式。而非餐点又提供各种冷饮，如果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘等。本餐厅采用自助快餐的方式，使顾客有更轻松的就餐环境与更多的选择空间。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。

1、本餐厅开业之前，要作广告宣传，因为主要客户群是针对学生的，而学生中信息传递的速度与广度是很大的，所以宣传上可不用费太大的力度，只需进行传单或多媒体（如：音响）等形式的简单广告即可。

2、本餐厅采取自助餐的方式，免费茶水和鲜汤。并且米饭的质量相对竞争者要好，可采用不同的做法，使口感与众不同，以求有别于竞争者，给顾客更多的优惠，以吸引更多的客源。此外，本餐厅还推出烧烤+冷饮、八宝饭等情侣套餐，由于休闲饮食的空缺，这也将成为本店的一大特色。

3、有许多学生习惯于三点一线的生活方式，许多时候为了节约时间会选择最近的就餐地点而不愿到较远点的餐馆，所以在地理位置选择上不会与学校大门有太大的距离。餐厅在适当的时候还将推出送外卖的服务，根据不同情况采取相应得做法。如：若有三份以上（包括三份）的叫量可以免费送货上门，单独叫外卖的需交付一定的送货费，这样还有一个好处，如有一人想叫外卖，为了不出送货费则会拉上另外的两份外卖，如此也是能增加销量的。

4、餐厅使用不锈钢制的自助餐盘，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、暑假期间虽然客源会骤降，但毕竟还有部分留校学生、附近居民以及打工人员，届时可采取减少生产量，转移服务重点等方式，以改善暑期的经营状况。寒假期间就考虑修业一个月，已减少不必要的成本支出。

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，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，增加其它服务项目，并可以寻找新的市场，做连锁经营，并慢慢打造自己的品牌，可以往专为学生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。

店长兼收银员1名 ，厨师1名，服务生2名。

经营理念侧重于以下几点：

主要的文化特色：健康关怀、人文关怀

主要的产品特色：具有食疗保健功能的素食餐品

主要的服务特色：会员制的跟踪服务

主要的环境特色：具有传统文化气息的绿色就餐环境

在大学中的食堂的饮食一直是个问题，大学的饮食质量不高已成为公认的问题，仅仅是满足了学生们的温饱问题，而质量却远远没有达到学生们的要求。部分大学的饮食状况令人担忧，甚至有的大学食堂出现了集体中毒事件。本企划就是根据这一点，为了保障大学生的饮食安全，提高大学生的饮食质量，成立大学饮食联盟，旨在为高校大学生提供价格低廉安全高质并富有特色的食品，并且同时为各高校提供一定的勤工助学岗位，帮助贫困生更好的完成学业。

1）、优势分析：本餐厅经营解决了学校食堂饭菜口味单一等问题，也无流动小摊卫生没有保证的担忧，并且与食堂同样方便快捷，节约时间。另外，本餐厅采用自助选择方式，应该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。简洁舒适的装修将是餐厅的一大特点，学生普遍喜欢在干净、服务态度好的餐馆就餐，因此令人满意的服务也将是本店的一大特色。此外，学校食堂有明确的就餐时限，而校外很少有餐馆出售早餐，因此在校外的则可以较容易地抓住这部分因时间差而导致丢失的市场份额，换句话说就是由在就餐点前后的一段时间要就餐的潜在客户群所产生的市场份额。 劣势分析：由于刚起步，快餐店的规模较小，如就餐的人力资源、服务项目等都比较有限。而校区内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，因为学校假期是固定的，寒暑假期间的客源会骤降，而寒假期间会比暑期更少，这将会是一个比较难以解决的问题。

2）、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，并具有一定的竞争力。而本人正是学生——这个最大客户群中的一员，所以更能了解顾客需要什么样的产品和服务，从这些方面来看，是应该是很有机会挤入该餐饮市场的。

威胁分析： 餐厅的服务与产品质量的高低与经营成本又有直接和必然的联系，如此则产品价格必然不会比竞争对手低，虽然总体上价格并不会太高，但相比之下，客户的经济承受能力就成为一大考验了。并且，成本与利润也是直接挂钩的，盈利的多少则又是能否在竞争中生存下去的一大决定因素。再者，各地风俗与饮食习惯的不同，又产生了另一个问题，即是否大多数顾客都能对产品认可或满意呢，这也是需要接受考验的。

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学校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。

**餐饮创业计划书大学生篇五**

1、酒店餐厅：由于其“高门槛”的公众形象和书本式的经营作风，已将大部分消费者拒之门外，除了一些大餐厅外其他都惨淡经营。

2、特色餐厅：由于其独特的店面设计和餐厅氛围，以及新奇的菜品，再加上价格的公道已成为目前市民消费的主力餐厅。

一场地选择

1、几大美食一条街等

2、主要各区的繁华地带等

3、所选楼层不得超过三楼（最好是二楼或一楼）

4、所选场地门口或四周必须能停几十辆车（停车场不算）

5、场租用度不得超过30元/平方米

二店名

可根据特色自选

三餐厅设计

1、整个餐厅体现一种家和万事兴的文化氛围，用绿色，黄色等让人感觉清新的颜色。

2、客用设备，尤其是卫生间（洗手盆、坐便器、干手器、卫生纸、）设备力求高档。

3、餐椅、落台、碗、碟、调羹、筷架、菜品盛器、衣服套、筷套、窗帘、桌布、口布、服装、迎宾台、水牌等必须定做，并有餐厅标志。

4、包房应有十五个以上（客人越来越喜欢在包房用餐），墙壁留有专用传菜孔，屋内配有内线电话。上海至四平物流上海到潮州物流豪华包房必须配有电视、沙发等设备)。

5、大厅需能容下标准十人台25张（并要扣除落台和员工及顾客通过间隔）。最好配有舞台。地面展防滑80厘米砖，顶棚使用热色日光灯做主力光源（及节约电费又进步亮度）。

6、厕所展防滑地板砖，面积不能太小。员工厕所与客用厕所分开。

7、厨房谱防滑地砖，火头必须在10个左右。内含凉菜房、小吃房、洗碗间、库房、打荷房。厨房不得少于250平方米。

8、整个餐厅含有：销售接待区（大班台、沙发）、吧台（有足够地方放酒水）、收银台库房（2个）、办公室、杂物间、x室、配电房、音控室等。

9、菜谱专门设计，本店名菜使用彩色照片，菜谱每页都有印有“行酒令”。

四投资用度预算（按xx平方米）

1、上海至乌鲁木齐专线装修：130万

2、厨房设备：30万

3、照明设备、空调（不采用中心空调）、卫生间、办公室、收银台：80万

4、餐厅用具：30万

5、前期广告费、开业庆典：15万

6、活动资金：50万

五职员配置

1、厨房：50人

2、楼面（含后勤）：70人

总经理：负责整个酒楼的经营

大堂经理：协助总经理，负责楼面的治理工作

小组长：协助领班做好各再分片的细化工作

服务员：为客人点菜、配菜、推荐菜以及为客人服务

迎宾：迎接客人的到来、引领客人进座

传菜员：负责将客人所点菜品分送到各所点桌席

停车员：负责引领客人到店、上海到东营专线并照看好用餐客人车辆

收银员：负责天天客人用餐的结算工作

洁净员：负责整个餐厅的清洁工作

采购员：负责整个酒楼物品的采买工作

财务部：负责酒楼所有帐目的处理工作

六、员工招募

1、提前两各月开始招聘工作

2、提前一个月开始员工岗前培训

3、开业前十天开始上岗（做清洁）

**餐饮创业计划书大学生篇六**

1.本店属于餐饮服务行业，名称为都市快餐店，是个人独资企业。主要提供中式早餐，如油条、小笼包等各式中式点心和小菜，午餐和晚餐多以炒菜、无烟烧烤为主。

2.都市快餐店位于潍坊市商业步行街，开创期初步锁定成为一家中档快餐店，未来将逐步发展成为像肯德基、麦当劳那样的中式快餐连锁店。

3.因为对餐饮业有着极大的兴趣，我相信以我的智慧、才能和对事业的一颗执着的心，一定会在本行业内独领风骚。

4.本店需创业资金5万元，其中3万元已筹集到位，剩下2万元向银行贷款。

二、投资计划

由点做起，辐而为面。立足于一个地区特点的消费群，初期发展就应试形成一定的规模经营，选择好几个经营网点地址后，同时闪亮全登场。以后再根据发展，辐射全国经营。发展初期，大力发展中式快餐尚未涉足的网上快餐公司和流动快餐公司服务，待公司实力有了一定的积累，并有了稳定的顾客消费群体，再大力发展公司全面的服务策略。我们要根据人口流动密度居民收入水平，实际消费等因素，在商业区、购物区、旅游区和住宅区等地大力发展前厅就餐的快餐经营模式。

三、市场分析

随着社会生活节奏加快，快餐业的出现和发展成为不容置疑的问题。虽然中国的快餐业发展十分迅速，但洋快餐的充斥使大部分的快餐市场与中式快餐无缘。如何去占领那部分市场，是我们需要解决的问题。

目前，市面上的西式快餐其实并不适合国人对快餐的消观念和传统饮食需求的观念。拿西式快餐最普通的汉堡包来说，除了新奇，基本上是没有什么美味可言。而且，快餐在美国的发展向来是以价格低廉而著称的，是大众日常消费的对象。但在中国的市场上，西式快餐的价格，远远超过大众所能接受的程度，这也决定了不可能让工薪阶层经常去尝试那份新奇快餐。

但考察现行中式快餐小、脏、乱、差的状况仍然很严重，现行中式快餐的众多弱点，给我们建中式快餐连锁店提供了绝好的市场机会。只要我们能抓住这些市场机会，改善中式快餐经营上的诸多缺陷，并发展我们的自己的特色那么我们进入中式快餐市场占据较大市场份额的创业计划，是极有可能成功的。

四、经营分析

1、经营目标

1)由于地理位置处于商业街，客源相对丰富，但竞争对手也不少，要想打开市场，必须要在服务质量和产品质量上下功夫，并且要进一步扩大经营范围以满足消费者的不同需求。短期目标是在潍坊市商业步行街站稳脚跟，1年收回成本。

2)本店将在3年内增设3家分店，逐步发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的快餐连锁集团，在鸢都众多快餐品牌中闯出一片天地，并成餐饮市场的知名品牌。

2.快餐服务业的模型。

以顾客为中心，以顾客满意为目的，通过使顾客满意，最终达到公司经营理念的推广。

3.目标市场的定位。

大众能接受的中式快餐业。顾客群：上班族+儿童+学生+其他。

4.市场策略

快餐网络化，人性化

(1)网上快餐产品订购是提供给上班族在工作单位午餐之用。它们的前台接待服务也是虚拟的，靠的是网络订购体系和快速运送体系，我们将建立送餐专线电话运送业务由统一的巴士和服务人员负责运送。

(2)针对早餐人口流动性大，时间紧迫的特点，我们将由模式统一的巴士和服务人员流动至各主要需求网点向顾客提供方便、营养的早套餐。因学生人数众多，还可推出学生营养快餐，既注重经济效益，又兼顾了社会效应。大力开展便民小吃，早餐要品种繁多，价格便宜，因地制宜的推出中式早餐套餐。午晚餐提供经济型、营养丰富的菜肴，并提供一个优雅的就餐环境。随时准备开发新产品，以适应变化的市场需求，创业初期设立的目标是“送餐到家”服务。

(3)快餐公司形象策略在位于商业区附近的快餐厅充分显示本店的形象清洁、卫生、实惠、温馨。

5、人事计划

本店开业前期，初步计划招收全日制雇员以及临时雇员的具体内容如下：

1)通过劳务市场招聘本市户口的，有一定工作经验，有良好的职业道德，年龄在20-30岁之间，有意加入餐饮行业者。应聘者持《招用职工登记表》并附入个人资料来本店面试。

2)经面试，笔试，体检合格者，与其签订劳动合同。同时，为了提高服务人员整体素质，被招聘上岗的人员都需要接受2个月的培训，具体内容如下：

a、制定培训计划，确定培训目的，制定评估方法。

b、实施培训计划，贯彻学习《劳动纪律》和各种规章制度。

3)考核上岗，对于不合格者给予停职学习，扣除20%工资，直至合格为止。若3次考试及不合格者，扣除当月全部工资和福利。

6、销售计划

开业前进行一系列宣传企业工作，向消费者介绍本店“物美价廉”的销售策略，还会发放问卷调查表，根据消费者的需求，完善本店的产品和服务内容。与此同时推出会员制，季卡、月卡，从而吸引更多的顾客。每月累计消费1000元者可参加每月末大抽奖，中奖者可获得价值888元的礼券。每月累计消费100元者，赠送价值10元的礼券，200元赠送20元礼券，以此类推。

五、竞争与优势分析

快餐业的竞争对手主要是商业街附近的小餐馆以及像麦当劳、肯德基那样的快餐店。他们各有各的优势，当然我们也不示弱。因为在创业初期，所以我们一定要大力吸引顾客，在不影响销售额的情况下尽量压低价格，让平时的低薪阶层一样可以在这里消费，让顾客买得舒心吃得放心;同时在其他餐饮业没有开始网络订餐的情况下，实施新战略，开通网络订餐业务，送餐上门。

六、财务报告

本店内所有帐目情况必须及时入帐，支出与收入的钱款必须经由会计入帐或记录后方能使用，记帐使用复式记帐法，以科学的方法进行管理，以免帐务混乱，每日的收入应进行及时清点，所有点菜的菜单及收款的凭据必须保存并一式两份，以便核对及入帐。店内所有的物品属店内的固定资产，不得随意破坏或带走，每月的总收益，除去一切费用，剩下的存入银行;如果经过每月的结算后，收入比计划高，将适度调整工资，以调动大家的工作热情，如发现在工作中无故破坏饭店的财产，将从责任人的工资或奖金中扣除。

1)本店固定资产xx万元,营业面积xx平方米、桌椅套冷冻柜台、灶件若干

2)每日流动资金为多少万元

3)对于帐目，要做到日有日帐，月有月帐，季有季帐，年有年终总帐，这样企业的盈亏在帐面上一目了然，就避免了经营管理工作的盲目性。注：因在创业初期，所以在各种开销上要精打细算，但要保证饭菜的质量，尽量把价格放低。

七、投资风险与收益

当然任何事情并不是一帆风顺的，在快餐店发展的道路上可能会遇到许多的问题，例如，销售业绩下滑，顾客回头率不高等等。只要我们找到问题的源头，及时调整策略，始终以顾客利益为本，问题最终会得以解决。

不仅是利润，更是服务。作为这个行业的倡导者，本店会本着以优质服务和行业健康发展的理想和信仰来服务于顾客，我们相信，只有在一种公平，理性的经营思路下，不懈地坚持，其结果是大家都希望的双赢局面，从而在总体上促进中式快餐的形成和发展。

文档为doc格式

**餐饮创业计划书大学生篇七**

在位于商业区、旅游景点区的餐厅充分显示本公司的形象绿色、清洁、卫生、实惠、温馨。请专业公司为我们制定一套广告计划，从公司的特点出发，力求共性中个性。投资计划“由点做起，辐而为面”。立足于一个地区特点的消费群，初期发展就应形成一定的规模经营，选择好几个经营网点地址后，同时“闪亮全登场”。以后再根据发展，辐射全国经营。

发展初期，积极引导顾客绿色消费，使成为稳定的顾客消费群体。我们要根据人口流动密度居民收入水平，实际消费等因素，在商业区、购物区、旅游区和住宅区等地开餐经营。

二、水晶苑餐饮管理公司的业务职能

1、创新烹饪技术，研发经典饮食，整理和申报专利产品;

3、运营商标和专利产品，开展餐饮连锁经营业务;

4、指导餐饮企业，开展合法经营;

5、运营自身专业技能人才的人脉优势，开展厨房承包管理和餐饮企业委托管理业务;

6、广泛开展餐饮管理和技术技能的培训;

7、为餐饮企业提供管理和烹饪的咨询服务;

8、为深陷经营危机和信任危机的企业，提供餐饮经营急救和危机公关服务。

三、水晶苑餐饮管理公司的运营

1、做好经营案例的归纳整理工作。

2、做好知名度和美誉度的推广工作。

3、寻找自身的核心竞争力。

4、建立切实可行的盈利模式。

四、水晶苑餐饮管理公司的组织机构

餐饮管理公司的组织机构一般采用职能部制，只有开展连锁经营业务的公司，采取事业部制。

1、总经理办公室。是餐饮管理公司的管理核心，负责策划、组织、调配、协调企业的人力和资源，制定工作计划，开展经营业务。

2、财务部。负责公司的财务管理工作，稽核业务收入进账状况，编制会计报表，如实反映公司运营的基本情况，分析运营状态，为管理层决策提供依据。

3、企划部。为所服务的企业和部门，设计企业整体识别系统，制定营销规划，策划营销活动，建立媒体关系，展示企业形象，提炼并推广企业文化内涵。制定广告发布计划和媒体策略，策划广告活动。

4、管理部。制定企业管理制度和运营程序，指导并规范有关企业和部门，开展正常的企业管理工作，监督、考核企业的运营状态和未来趋势，根据绩效考核结果，给予表彰或惩罚。

5、培训部。根据企业的整体需要，开展爱岗敬业、礼貌礼仪、仪容仪表、技能技巧、店史店貌以及管理技术培训等。

6、研发部。研究竞争对手和当前市场流行菜品的设计理念和制作配方，按规定时间，策划、创新招牌菜和应季菜，组织厨师开展创新菜评比活动。

7、后勤部。负责公司的物品、车辆、设施、环境的使用和保养。处理好环保、工商、市政、消防、公安、执法等部门的关系。

8、人力资源部。负责公司人员的招聘、建档、使用事务。开展管理人员能力评估工作。制定公司工资福利的架构建设，平衡与同行业平均收入水平的比例关系。

9、营销部。按照公司的整体战略规划，分析客户需求，挖掘潜在客户，建立业务关系，反馈服务效果，系统开展营销活动。

五、水晶苑餐饮管理公司

市场策略。产生工业化、产品标准化、管理科学化、经营连锁化。

(1)餐饮公司经营策略

员工的服装，经营的理念，内部管理和总公司保持统一。

绿色餐饮是指食物种养、生产加工、物流配送、餐桌消费及服务环境整个产业链条中的每个环节以一种天然、安全、无污染的状况。在采购过程中，首先要会识别源头原料、自然无污染原料、绿色食品原料，尽可能少购罐装、听装或其它已经加工制作的半成品原料，更要善于识别、杜绝采购被污染或\*变质的原料。

(2)餐饮公司形象策略

在位于商业区、旅游景点区的餐厅充分显示本公司的形象绿色、清洁、卫生、实惠、温馨。请专业公司为我们制定一套广告计划，从公司的特点出发，力求共性中个性。

六、水晶苑餐饮管理公司的运营理念

1、以顾客需求为导向;

2、以效益优先为导向;

3、以市场占有为导向;

4、以品牌建立为导向。

文档为doc格式

**餐饮创业计划书大学生篇八**

发展以“和谐社会”为注册商标的餐饮品牌，利用合理有效的管理和投资，建立一定大型绿色餐饮连锁公司。

随着经济稳定快速增长，城乡居民收入水平明显提高，餐饮市场表现出旺盛的发展势头。目前我国的餐饮市场中，正餐以中式正餐为主，西式正餐逐渐兴起，但目前规模尚小;快餐以西式快餐为主，xxx、xxx、xxx等，是市场中的主力，中式快餐已经蓬勃发展，但当前尚无法与“洋快餐”相抗衡。相比洋快餐专业化、品牌化、连锁化的成功营销模式。中式餐饮发展显然稍逊一筹，如何去占领那部分市场，是我们需要解决的问题。

随着人们对自身健康及食品安全关注程度的提高。而洋快餐油炸、高能量为主的食品长期食用导致肥胖等问题曝光后。饮食安全成为一个热门话题?如何给消费者一个放心安全的饮食，成为餐饮业今后发展的主题。可以预见运用环保、健康、安全理念，倡导绿色消费将是今后餐饮业的发展趋势。绿色餐饮的提出其实也是社会文明程度的进步，是一个新的餐饮文化理念。在未来几年内，我国餐饮业经营模式将多元化发展，国际化进程将加快，而且绿色餐饮必将成为时尚，这无疑给投资绿色餐饮业带来了契机。

1、绿色餐饮服务业的模型

以顾客为中心，周到服务，以顾客满意为目的，笑脸迎宾，以诚待客，积极倡导绿色消费，通过使顾客满意，最终达到公司经营理念的推广。

2、目标市场的定位。

中高收入者能接受的餐饮业。顾客群：个体私营业主 白领 其他。

3、市场策略。

产生工业化、产品标准化、管理科学化、经营连锁化。

(1)餐饮公司经营策略

员工的服装，经营的理念，内部管理和总公司保持统一。

绿色餐饮是指食物种养、生产加工、物流配送、餐桌消费及服务环境整个产业链条中的每个环节以一种天然、安全、无污染的状况。在采购过程中，首先要会识别源头原料、自然无污染原料、绿色食品原料，尽可能少购罐装、听装或其它已经加工制作的半成品原料，更要善于识别、杜绝采购被污染或\*变质的原料。

(2)餐饮公司形象策略

在位于商业区、旅游景点区的餐厅充分显示本公司的形象绿色、清洁、卫生、实惠、温馨。请专业公司为我们制定一套广告计划，从公司的特点出发，力求共性中个性。

“由点做起，辐而为面。”立足于一个地区特点的消费群，初期发展就应形成一定的规模经营，选择好几个经营网点地址后，同时\"闪亮全登场\"。以后再根据发展，辐射全国经营。

发展初期，积极引导顾客绿色消费，使成为稳定的顾客消费群体。我们要根据人口流动密度居民收入水平，实际消费等因素，在商业区、购物区、旅游区和住宅区等地开餐经营。

\"不仅是利润，更是服务和问话。\"作为这个行业的倡导者，希望公司成为优质服务和行业健康发展的理想和信仰，我们相信，只有在一种公平，理性的经营思路下，不懈地坚持，其结果是大家都希望的双赢局面，从而在总体上促进绿色餐饮的形成和发展。

随着，中国政府构建社会主义和谐社会的提出。“和谐社会”已经成为一个醒目的新词汇。全国上上下下专题研讨、专家学者纷纷撰文、新闻媒体频频报道……这无形当中推动了“和谐社会”四个字潜在的商业价值。绿色餐饮的目的是使消费者能得到安全、健康的服务，创造出人类与自然环境和谐相处的新模式。而“和谐社会”四个字更加贴切灌注了对赖以生存和发展的环境与社会负责的理念。

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