# 餐饮创业计划书完整版 餐饮创业计划书(实用10篇)

来源：网络 作者：风华正茂 更新时间：2024-09-09

*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。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。下面是小编为大家带来的计划书优秀范文...*

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。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。下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

**餐饮创业计划书完整版篇一**

主要经营范围：

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100平米左右。主要提供早餐、午餐、晚餐以及休闲餐饮等。早餐以我们江苏小吃为主打特色。品种多，口味全，营养丰，使就餐者有更多的选择。午餐和晚餐则有我国各种口味菜式。而休闲餐饮又提供各种冷饮，如果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘等。我们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。

以往的相关经验（包括时间）：

虽然我之前没有开过餐馆，但我平常很喜欢做菜,还喜欢看一些做菜之类的书,所以我对经营餐馆很有信心。我还有做前期的大量的资料查阅，基本上了解要开一个餐馆的基本情况。而且我打算到我一个经营饭店的亲戚店里去学习一段时间，去了解整个运作的过程，这对以后的经营会很有帮助。而且我在某公司上过班，在一些为人处事方面也学到了一些东西，我想一定有用的。

教育背景，所学习的相关课程（包括时间）：

1、现在正在读工业工程专业课程

2、20xx年我参加过syb师资培训班

目标顾客描述：

主要客户群是针对学生，老师的，但是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添加我餐馆的知名度。

市场容量或本企业预计市场占有率：

我们学校的人口大概有2-3万左右。我们店位于学校最密集的地区。我们学校大概有90%左右的学生会吃早餐，午餐，晚餐。所以我们家的店发展的余地很大啊。

市场容量的变化趋势：

市场不是一成不变的，随着人民对健康饮食的越来越注重，再就是我们的环境舒适、卫生。学校餐饮市场前景会更广阔，容量以后应更大。

竞争对手的主要优势：

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。

竞争对手的主要劣势：

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。

本企业相对于竞争对手的主要优势：

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。

**餐饮创业计划书完整版篇二**

下面就是小编为大家整理的餐饮创业计划书模板范文，欢迎大家阅读!

一、创业背景

近年来，我国餐饮业发展迅速，餐饮品种丰富，店铺数量迅速增加，各种类型的饭店、酒店层出不穷，行业竞争日趋激烈。

与此同时，洋快餐登陆对我国餐饮业也提出了严峻挑战。

随着洋快餐的大举进军，一种新的餐饮经营模式—连锁经营逐步受到广大从业者的关注。

连锁经营改变了传统的小生产经营方式，有效降低经营成本，扩大市场占有率，给企业带来了巨大的规模效益。

国内有识之士已开始利用连锁这一有效手段发展生产经营，如北京全聚德烤鸭集团、东安饮食集团、天津狗不理集团、大连渤海饭店集团等都走在国内餐饮业连锁经营的前列，对行业的规模发展起到了推动作用。

但总的来说，我国连锁经营，尤其是餐饮业连锁经营还处于初级阶段。

大力发展连锁经营是餐饮业提高经济效益的有效途径和必由之路。

二、店面简介

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。

早餐以小吃为主打特色。

品种多，口味全，营养丰，使就餐者有更多的选择。

午餐和晚餐则以健康的菜色为主。

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。

初期(1-3月)

树立“绿色食品”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)

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。

三、发展战略

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，本餐厅还根据不同的节日而设定富有特色的情侣套餐，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。

四、餐厅管理结构

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

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。

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，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。

优势与劣势：

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。

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。

另外本餐厅提供的是绿色，健康的食品。

也是符合社会绿色生态的观念，比较适合注重健康的大学生。

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，因此在校外的本店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。

一、发展前景

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。

二、店面简介

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。

三、发展战略

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。

四、餐厅管理结构

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

五、市场分析

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。

优势与劣势：

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，因此在校外的本店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。

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。

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。

七、财务状况分析

1.据计算可初步得出餐厅开业启动资金约需10600元(场地租赁费用xx元，餐饮卫生许可等证件的申领费用600元，场地装修费用3000元，厨房用具购置费用1000元，基本设施及其他费用等4000元)。

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，杂项开支等。

3.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，并大致估算出每日总营业额约800元，收益率30%，由此可计算出投资回收期约为三个月。

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，定期由营销部专人负责对顾客进行跟踪服务。

九、 大力打造\"绿色食品\"的品牌形象

根据餐厅企业竞争激烈、模仿性强以及食疗产品具有的时节性强的特点，实现对企业的外显文化和内隐文化的有机整合，加强企业的品牌保护意识与能力。

围绕\"健康、绿色\"为核心的品牌特征，餐厅通过树立绿色形象、开发绿色产品，实行绿色包装，采用绿色标志，加强绿色沟通，推动健康消费来实现营销目标。

作为一个餐厅开展绿色营销，我们有着天然的优势，本餐厅将严格贯彻绿色餐厅的标准，无论从原料采购、食品加工还是卫生环境，都将严格把关。

努力营造出朴素典雅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，体现健康绿色的理念。

推广保健知识、宣传绿色文化：

本餐厅将在营销过程中，围绕21世纪的餐饮主题——养生、健美、绿色三个具有社会意义的知识点，对消费者进行有计划、有针对性的宣传，从而引导顾客的消费取向。

通过进行专题讲座、手册宣传、公益活动等方式将以上餐饮知识宣传出去，同时注重借此机会加大对绿色产品的宣传介绍。

推广、倡导健康科学的饮食文化，弘扬传统文化中的养生文化。

对产品、餐厅、服务进行文化包装，传播饮食文化。

从而获得进一步的发展机遇与条件。

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、社区群众关系。

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，应积极参与维护社区环境、积极支持社区公益事业。

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、发挥绿色餐厅的价格优势

本餐厅的目标人群为学生以及城市居民。

考虑到市场上餐饮产品、保健品的\'价格因素，本餐厅的产品定价将处于同类产品的中低价位。

占领一定的市场份额，形成规模经济效应，以低成本获得高利润。

在产品的价格及其组合上，我们是依据消费者不同的消费层次和需求，加工、提供各种具有食疗保健价值的营养餐品，其中在价格的制定上我们严格按照原料的利用率来计算，比如果蔬的去根多少、是否去皮、去叶，最后厨房的加工程度，为消费者提供每份6-100元不同餐品组合的标准，顾客可以根据自己的实际情况选择不同的素食食品。

十二、市场风险

市场是不断变化的，所以我们必须考虑到市场的风险，具体有以下几种风险可能：

(1)在本项目开发阶段的风险，市场上可能会同时出现类似餐厅的开业。

(2)项目生产经营阶段的风险，项目投产后的效益取决于其产品在市场上的销售量和其他表现，而对于本阶段项目而言，最大的市场风险来源与市场上餐饮业的竞争风险，如果项目投产后效益良好很可能会带来一系列相似经营项目的诞生，从而加剧了本项目的竞争压力。

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。

原料资源风险：

本餐厅的原料主要以果蔬、豆类、菌类为主，是当今最受欢迎的绿色天然无污染食品，尤其本餐厅是以保健为主的餐厅，因此在原料的选择上需要专业的知识和技术投资，这样才有利于采购到新鲜、天然、无污染的绿色食品。

十三、应对措施

l、汲取先进的生产技术与经验，开发出自己的特色食品。

2、严格管理，定期培训人员，建立顾客服务报告。

3、进入市场后，认识食品市场周期，不故步自封，积极开发更新食品。

4、与原料供应商建立长期并保持长期的合作关系，保证原料资源的供给。

初期(1-3月)

树立\"绿色食品\"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)

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。

十四、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校园内部，要贴近校园特色，易于为校园群体喜爱和接受，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，应该体现咖啡厅特色或者形象。

背景音乐：以浪漫，柔和的轻音乐为主，响度适中，切合季节变化和咖啡厅格调。

**餐饮创业计划书完整版篇三**

：xxxxx。命名规则说明：低调，简单，易记，有特色(这里的特色不是说直接反映风味)但不古怪，不超过四个字，不带湘字。目前预定的形式是“xxxx酒家”或“xxxx荘”

：以湘东地区的农家风味为主

：280~350m2

：广州

4.餐馆本身需要能停车7~10辆家用轿车的能力，或是附近不超过200m有停车场。

选址总体评价，由于新手投入资金不宜过大，因此餐馆位置不能为现今已经很繁华处，但希望往来比较多的人员，并且具有消费能力，希望通过餐馆的风味特色能吸引到老客户，要求能在三个月后能做到盈利1万元/月。

：大厅内部要求能摆放4人小台或小圆桌12~15张，10人大台4张，16m2包厢(4x4m规格)4~5个。(但具体要看店铺的布局)

2.装修设计费用：800元

3.装修费用：

a.门面外部装潢能突出特色、显眼、但不夸张费用为x元;

c.厨房面积为40m2，装修强调排污、通风，费用为x元;

4.办证费用：要求有消防、环保、卫生许可和营业执照等，费用预计6万元

5.购买用具费用：

a.3台5p的空调，包厢4台小1p空调，共元(也可能使用中中央空调);

b.十把吊扇或壁扇，共3000元，

c.两个冰箱，两个冰柜，一个消毒柜，其计1万元;

d.厨房用具，共4.5万元;

e.桌凳，共5000元;

f.其他(请见清单)，共计20xx元，

g.自动洗衣机1台，1000元

6.其他不可预计费用，20xx元

1.门面装修要求显眼，突出特色，不夸张，简练，能体现其消费水平

2.大厅说明：

b.墙面和厅中原有柱子的1m2左右以下以深色瓷砖，厅中为了装修目的自立柱子均以深色为主，天华板不进行完全装修，使用射灯，射灯以上的天华板喷为黑色，大厅灯光要求柔和，但桌面上的灯光要求明亮。(这里只我的想法，实际以最终的设计为准)

3.包厢装修与大厅一样

4.其他无特别要求

2.包厢：以5个包厢计算，5个服务员，

3.大厅：5个人，每四张台1个

4.其他：其他临时人员1人(主要用于服务休息时的轮换)，店主1人。

1.物业管理费用：每平方不能超过2元/月，以300m2共计600元/月

2.排污费用：600元/月

3.水电费用燃油费用：水电4000元/月，燃油20xx元/月(暂时以此计算，如果燃油越多，说明生意越好)

5.折旧费用：

6.原材料：a.原料，共元/周

7.其他不可预知费用：1000元/月

1.坚持两个特色：a.绿色健康食品;b.湘东地区的地道农家风味，大概30%左右的菜品在一般湘菜馆吃不到。

2.坚持推重出新：a.不断推出新菜品，每月2个新菜品;b.跟季节变更，及更换菜品

3.消费水平定位：跟门面地址周边环境相关，但初步定为平均35~60元/人。

直接成本主要包括，油，盐，各种佐料，以及构成菜品的原料。

1.特色菜(挙头产品)成本控制在50%

2.中档但一般湘菜馆少见的，成本控制国40%以内

3.中档常见成本控制在60%以内

4.低档常见菜控制在30%以内，此类主要以蔬菜为主。

以不改变菜品的质量为前提来降低直接成品

1.开业费用(单位为元)：

费用类别金额

租金

设计800

装修

办证费用

大电器采购

厨房用具

桌凳具5000

购买用具费用其他20xx

其他20xx

合计

2.每月底核算发生费用费用(单位为元)：

人员费用

物业费用600

排污费用600

水电燃油6000

原料

其他20xx

房租

合计

3.需要准备资金：

开业费用+两个月的发生费用=

4.生存营业额：

生存营业为元/月，相当于平均一天20xx元

**餐饮创业计划书完整版篇四**

饮

创

业

计

划

书

一、发展前景

自古以来，“民以食为天”随着时代的日益推进，生活水平的日益提高，衣、食、住、行已经是不可缺少的重要组成部分了，而餐饮则是广大消费者不可缺少的部分了，目前由于生活水平提高，消费者对饮食十分注重，注重营养、健康、放心等，同时随着餐饮行业的日益增加，越来越多的餐饮面向大众，所以想在餐饮行业做好必须选择让老百姓放心肯定、与当地老百姓生活喜好相关、具有广大消费者口碑的的美食才能不被淘汰，而我们刀削面鱼就本着此宗旨面向广大消费者。

二、店面简介

与酒店厨房性质之间，本店配备大型停车场，让顾客不会为吃饭没有车位而烦神。

三、主体介绍 一、创业目标

发展中国真正意义上的刀削面行业，利用合理有效的管理和投资，建立一定大型连锁加盟公司。

二、市场分析

社会生活节奏加快，使快餐业的存在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，但刀削面对消费者来说还很陌生，如何去占领那部分市场，是我们需要解决的问题。

调查表明，由于美食的品种繁多，消费者经常会为吃什么而烦恼由此餐饮业务的发展将进入急剧扩张的时刻，所以刀削面作为一种中式快餐将随着我国经济发展而进入高速发展的阶段。

但考察现行中脏、乱、差的状况仍然很严重，现行中式餐饮的众多弱点，给我们开此餐馆提供了绝好的市场机会。只要我们能抓住这些市场机会，改善经营上的诸多缺陷，并发展我们的自己的特色，那么我们占据较大市场份额的创业计划，是极有可能成功的。

三、实施方案

1.中型餐饮服务业的模型。

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。

2.目标市场的定位。

大众能接受的美食。顾客群：上班族+儿童+休闲族+其他。

3.市场策略。

产生工业化、产品标准化、管理科学化，如果发展前景较好、市场广大的前景下考虑下一步进行连锁化。针对人口流动性大，时间紧迫，总口难调的特点，我们将由模式统一化针对性做出富有特色为顾客提供可口、营养的美食。同时提供优质的服务。

四、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，辐射整个县城经营。

发展初期，大力发展独一无二的美食，在河东街又作为老牌餐饮店，待实力有了进一步的积累，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、旅游区和住宅区筹地大力发展连锁加盟经营模式。

五、投资收益

2、饮品部门

主要经营刀削面及早餐，是广大消费者眼里十分喜欢的一道美食，而我们的刀削面更加让消费者吃了后难以忘怀。

3、成效

成效：刀削面鱼希望宣扬之功效，我们更希望从中获利。计划刀削面将在半年内转亏为盈。预计2年左右发出总投资本钱，并慢慢着手获利，在两年后每月除税纯利抵达两万元，并在两年后能开设另一所加盟店。开店工期条件：1个半月。本钱条件：项目总投资约为50万元人民币。

六、市场解析(项目可行性解析)：

一、地点与装修(项目质量条件)刀削面的地址条件是环境精美，或有成型的商圈。借助人家的商圈，以此来抵达本身的经营获利。吃面属于陕北人美食文化的交流活动，典型的区域重要且附近多处大型建筑物崛起，交通荣华，也可能吸收更多的外区顾客。

二、营业时间早上七点至晚上九点；星期

六、日及大众假期由上午八点至清晨二点，所以我们肯定平居在早上八点着手营业以提供早餐而星期六日及大众假期则延迟，并且节假日有一定促销活动以及有奖竞猜活动。

五、牌照及公用事务请求

1.商业立案：本店需向税务局、工商局请求商业立案，以处置商业活动。

2.餐饮业牌照：由于刀削面属餐饮业，我们必需向卫生局请求餐饮食品安详牌照。

3.工业、商业及公共机构排污牌照我们需向环保局请求商业机构排污牌照。

4.水、电请求：我们需向水务局请求成为店铺地址的注册用户，并须填妥水务表格及缴交水费押金，向电力公司请求电力供给。

5.电话请求：公益，我们要向相关通讯公司请求商用电话。

六、本店绝对于竞争对手的重要优势(项目评价)：

1、店内装修绝对更文雅一些。

2、可与顾客打下优越的人际关连，这样顾客天然会多。

3、可能做竞争对手没有的业务，如举办诞辰会，小游戏等。

4、比较与同行业，本店各方面绝对让顾客感到物美价廉。

5、经营限制可随时做天真改动。

(1)资金不充足，地舆位置不好，时间方面不充足。

(2)经营能力各方面均有缺少。

(3)人脉方面，创业。所交往的人群消费能力不高。

(4)管理、技术程度不够专业。

(5)缺乏本身独立的品牌。

七、发展战略

1.本餐厅开业之前，要作广告宣传，因为主要客户群是针对上班族、临时务工者、小区业主和学生等，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，本店不定时开展促销活动，并对长期消费的客人进行登记备份，并赠送贵宾卡，并享受本店一系列活动。3.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。

4.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。

八、餐厅管理结构

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

九、促销和市场渗透

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。

十、财务状况分析

据预算分析及调查，可初步确定市场容量，并大致估算出每日总营业额约900元，收益率30%，由此可计算出投资回收期约为四个月。

十一、大力打造“绿色食品”的品牌形象

根据餐厅企业竞争激烈、模仿性强以及食疗产品具有的时节性强的特点，实现对企业的外显文化和内隐文化的有机整合，加强企业的品牌保护意识与能力。围绕“健康、绿色”为核心的品牌特征，餐厅通过树立绿色形象、开发绿色产品，实行绿色包装，采用绿色标志，加强绿色沟通，推动健康消费来实现营销目标。作为一个餐厅开展绿色营销，我们有着天然的优势，本餐厅将严格贯彻绿色餐厅的标准，无论从原料采购、食品加工还是卫生环境，都将严格把关。努力营造出朴素典雅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，体现健康绿色的理念。

十二、发挥绿色餐厅的价格优势

本餐厅的目标人群为学生以及城市居民。考虑到市场上餐饮产品、保健品的价格因素，本餐厅的产品定价将处于同类产品的中低价位。占领一定的市场份额，形成规模经济效应，以低成本获得高利润。在产品的价格及其组合上，我们是依据消费者不同的消费层次和需求，加工、提供各种具有食疗不同餐品组合的标准，顾客可以根据自己的实际情况选择不同的素食食品。

十三、市场风险

市场是不断变化的，所以我们必须考虑到市场的风险，具体有以下几种风险可能：

（1）在本项目开发阶段的风险，市场上可能会同时出现类似餐厅的开业。

（2）项目生产经营阶段的风险，项目投产后的效益取决于其产品在市场上的销售量和其他表现，而对于本阶段项目而言，最大的市场风险来源与市场上餐饮业的竞争风险，如果项目投产后效益良好很可能会带来一系列相似经营项目的诞生，从而加剧了本项目的竞争压力。

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。

原料资源风险：本餐厅的原料主要以果蔬、豆类、菌类为主，是当今最受欢迎的绿色天然无污染食品，尤其本餐厅是以保健为主的餐厅，因此在原料的选择上需要专业的知识和技术投资，这样才有利于采购到新鲜、天然、无污染的绿色食品。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。

餐具：干净，整洁，应该体现咖啡厅特色或者形象。背景音乐：以浪漫，柔和的轻音乐为主，响度适中，切合季节变化和咖啡厅格调。

十四、本店管理制度

餐饮经营的管理方法

一、酒店管理中的常见问题

二、酒店管理三大错误

1.酒店管理表里不一

2.对酒店设备只注意装修采购部注意保养 3.对服务员的要求没有方法没有标准

三、以常分类，常整理，常清洁，常维护，常规范和常教育 的宗旨管理酒店

四、新进员工进行全员培训，指导如何做好服务，如何提高工作效率，如何面对形形色色的顾客，如何搞好团结，同时带领员工走向军事化管理，不迟到，不早退，不浪费，不懒散，时刻本着对酒店负责对客人负责老板负责的精神去工作。

六、每天开例会针对发现的问题进行点评一个月开一次全体会议，对酒店的不足，员工不足以及优秀地方进行点评，并布置下周任务。

七、对厨房前厅要起到链接作用，保证上菜速度，成本控制，并且在上客时不慌不忙。

八、要想把酒店各方面提高就必须坚持以下方法

1.眼快，手快，脚快，嘴巴勤快，反应快，动作快 2.本着干一行爱一行的态度工作，本着顾客就是上帝的宗旨服务，在遇到特殊情况时候要学会淡定，忍耐，用合理的方式方法化解。

3.本着以店为家，有团队意识，不计较，不偷懒，不浪费，对店内设施有着爱惜心理。

4.物品摆放归类到位，养成良好的工作方法。

5.服从酒店管理，对酒店经常提一些合理化建议。

九、严格遵循请消假制度，做好班次调整，请假后要消假。

十、注意细节，做到不留死角，不留残余。

十一、对菜肴方面要保质保量，定期点评，吧台设立意见箱，对于不足的加以改正，好的继续保持。

十二、酒店的好坏离不开营销，在做好服务同时可以把营销做好，像客人以及亲朋好友推荐这里，做到让客人来了一次还来下次。

十三、节假日做好宣传促销活动。

以上是酒店管理的基本方法，不足的待到实际操作中予以添加完善。

**餐饮创业计划书完整版篇五**

资源简介以下内容从原文随机摘录，并转为纯文本，不代表完整内容，仅供参考。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。

七、财务状况分析

1．据计算可初步得出餐厅开业启动资金约需10600元（场地租赁费用20xx元，餐饮卫生许可等证件的申领费用600元，场地装修费用3000元，厨房用具购置费用1000元，基本设施及其他费用等4000元）。

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，杂项开支等。

3．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，并大致估算出每日总营业额约800元，收益率30，由此可计算出投资回收期约为三个月。

八、营销组合策略

有形化营销策略：

**餐饮创业计划书完整版篇六**

任何创业都是有风险的，相对于工作的按部就班领取报酬，创业带来的收益回报率较高较快，如果利用手头闲余的资金，发挥你创业的热情，让财富创造更多的财富，万事开头难，而万里长征如果没有勇气迈出第一步，那永远不知道天高有几许。同样，在创业过程中积累的经验也是一笔无形的财富。民与食为天，本次投资项目选择与民生息息相关的消费餐饮业为介入口，餐饮行业细分繁多，仅选择在两广久负盛名的柳州螺蛳粉为投资对象，我们的目标是：原创自主品牌的螺蛳粉，独此一味，打造柳州螺蛳粉精品。做为风险投资，本计划书从项目的产品服务、市场分析、营销模式、管理团队、财务预测、风险评估……等几大要素进行评价，做为整个项目投资的参考依据及行动纲领。

本项目的产品及服务范围：螺蛳粉、特色食品、餐饮饮料、甜品的经营及销售。

螺蛳粉简介：螺蛳粉源于柳州，位居柳州风味小吃之首。它由柳州特有的软滑爽口的干米粉，配上酸笋、木耳、花生、油炸腐竹、鲜嫩青菜等配菜以及浓郁适度久熬而成酸辣鲜香的螺蛳汤调制而成，造就了其具有高蛋白、低脂肪、营养丰富味道鲜、香、酸、辣、爽，吃后常使人大汗淋漓却又因清而不淡奇特鲜美的螺蛳汤，常使人欲罢不能，回味无穷，非常适合广大时尚青年的独到口味。现今作为柳州第一原创小吃，螺蛳粉已成为柳州独霸一市的特色小吃，在空气弥漫螺蛳香的柳州甚有：“不食螺蛳粉，枉为柳州人!”之说，柳州人嗜吃螺蛳粉，而在外漂泊的柳州游子更是以回到家乡后能吃上一碗味道纯正的螺蛳粉的方式来告慰其多年的乡思!

特色食品：鸭脚、螺丝(炒、煲)、油裹卤蛋、叉烧、牛腩、猪蹄等。

餐饮饮料：王老吉、红茶、矿泉水、啤酒等。

甜品：龟苓膏、绿豆沙等。

桂林旅游游客比较多，尤其是两广、云、贵、川，都为喜酸辣省份。

常平镇位于东莞市东部，毗邻香港，全镇面积108平方公里，下辖32个(居)委会，户籍人口6.9万，总人口50余万。 90%均为外来人口。

常平交通便利，制造、商贸、物流业发达，属于服务业受欢迎的城市。

“铁龙三路枢会常平”是对常平铁路交通优势的生动描述。

常平镇产业基础扎实，近4700家工业企业形成了以生物制药、五金、模具、 电子毛织、玩具、塑料制品为主的工业体系。

常平镇历来是东莞东部的商贸物流中心。

常平是“中国最佳物流名镇”。

本店采用店面直销为主、打包外送(1公里范围内)为补的营销方式。

尽量延长营业时间。本店营业时间为：早6点-凌晨1点。

早上、中午以螺蛳粉为主，晚九点后以柳州特色食品鸭脚、鸭脖子、炒螺、煲螺为一个突破口，加大啤酒销量，让啤酒成为另一个利润的增长点。

5、营销模式

本店采用店面直销为主、打包外送(1公里范围内)为补的营销方式。

尽量延长营业时间。本店营业时间为：早6点-凌晨1点。

早上、中午以螺蛳粉为主，晚九点后以柳州特色食品鸭脚、鸭脖子、炒螺、煲螺为一个突破口，加大啤酒销量，让啤酒成为另一个利润的增长点。

以日销售规模为准：

300碗以下店员：3名

500碗以上店员：6名

股东(黄氏兄弟)

店长

(负责店面的管理、采购工作)

收银员1名(店长兼)

配粉员1名

(300碗-400碗2名)

(400碗以上3名)

送粉(清洁)员1名

(500碗以上2名)

外卖员1名

(时机成熟再配)

7、投资策略

本投资项目由自筹资金投入，无银行借款，无借款利息。

本投资项目采用一方出资、另一方出管理的入股方式。其中店面正式营业前所有的投入由黄廷旺100%出资，而黄廷厚以营业后的管理入股，双方各占50%的股份，合作以每3年为界。

本投资项目从开始投入后对日收入、支出明细进行造册登记，由黄廷旺负责。

本投资项目营业后，若有盈利，净利润先归还投资本金，剩余净利润按股东占的股份比例进行分配。若是亏损，在清算后，全部归黄廷旺承担。

依法办理相关证照手续，并按国家法律法规签署章程、合作协议。

项目投资进度要可控，从开始到投入经营时间控制在3个月内。

1、成本分析表

2、盈亏分析表

3、投资分析表

1、简洁、明亮、热情奔放。

2、主色调：浅蓝、浅绿。注重墙面的螺蛳粉文化底蕴，并勾勒青春气息的图案。

3、最好有一面是玻璃墙。

4、门头要醒目，大方，明亮，特别是招牌那几个字。

5、实地考察拍照深圳猪锣记螺蛳粉连锁店装修，并拍照参考。

10、风险因素

重大风险：

1、味道不正宗，客流量少。

2、人流少，回头客不多。

3、生意红火、管理跟不到位。

4、食品卫生安全问题。

5、品种单一，缺乏吸引力。

解决办法：

1、经营前进行反复试验，可以试营业，免费试吃，反馈意见后改进。

2、进行多层次的宣传，派发传单，独具一格的奖励模式(送彩票等)，选址为重中之重，一定要调研清楚，谨慎。

3、加大管理力度，必要时增加人手，到其他店去偷师学艺。

4、严把进货渠道，与正规稳定厂家进货，严把质量检查关。

5、等生意稳定后，逐步开拓品种渠道，保证多样化。

11、项目结论

本项目重大的关键点是日均销售量，如果达不到135碗是亏本的，而做不到300碗，项目的投资回收期就很慢，达到500碗是相对理想的销量，半年就收回本了，从以上看风险还是相当大的。

为促成这一理想销售目标，注意以下三个要点：

1、味道一定要正宗。

2、选址一定要谨慎，要反复考量。

3、消费人群一定要定位准确。

若项目成功，日销售达到500碗以上(这也是二、三线城市人流密集区开螺蛳粉店最低要求的基本销量)则一本万利，若投资失败，6万投资可回收的大概约2.5万元右(桌椅、空调、电视)，亏损3.5万元。

综上所述，本项目对积累经验还是有帮助的，是值得一试的，经营得好，将是创业的新起点，并且具备异地复制成功的规模效应，那将是不可估量的。

**餐饮创业计划书完整版篇七**

一、发展前景

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。

二、店面简介

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。

三、发展战略

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。

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。

四、餐厅管理结构

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

五、市场分析

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。

优势与劣势：

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，因此在校外的本店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。

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。

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。

七、财务状况分析

1.据计算可初步得出餐厅开业启动资金约需10600元（场地租赁费用xx元，餐饮卫生许可等证件的申领费用600元，场地装修费用3000元，厨房用具购置费用1000元，基本设施及其他费用等4000元）。

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，杂项开支等。

3.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，并大致估算出每日总营业额约800元，收益率30%，由此可计算出投资回收期约为三个月。

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：

1、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。

九、 大力打造\"绿色食品\"的品牌形象

根据餐厅企业竞争激烈、模仿性强以及食疗产品具有的时节性强的特点，实现对企业的外显文化和内隐文化的有机整合，加强企业的品牌保护意识与能力。围绕\"健康、绿色\"为核心的品牌特征，餐厅通过树立绿色形象、开发绿色产品，实行绿色包装，采用绿色标志，加强绿色沟通，推动健康消费来实现营销目标。作为一个餐厅开展绿色营销，我们有着天然的优势，本餐厅将严格贯彻绿色餐厅的标准，无论从原料采购、食品加工还是卫生环境，都将严格把关。努力营造出朴素典雅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，体现健康绿色的理念。

推广保健知识、宣传绿色文化：

本餐厅将在营销过程中，围绕21世纪的餐饮主题——养生、健美、绿色三个具有社会意义的知识点，对消费者进行有计划、有针对性的宣传，从而引导顾客的消费取向。通过进行专题讲座、手册宣传、公益活动等方式将以上餐饮知识宣传出去，同时注重借此机会加大对绿色产品的宣传介绍。推广、倡导健康科学的饮食文化，弘扬传统文化中的养生文化。对产品、餐厅、服务进行文化包装，传播饮食文化。从而获得进一步的发展机遇与条件。

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、社区群众关系。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，应积极参与维护社区环境、积极支持社区公益事业。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。

市场是不断变化的，所以我们必须考虑到市场的风险，具体有以下几种风险可能：

（1）在本项目开发阶段的风险，市场上可能会同时出现类似餐厅的开业。

（2）项目生产经营阶段的风险，项目投产后的效益取决于其产品在市场上的销售量和其他表现，而对于本阶段项目而言，最大的市场风险来源与市场上餐饮业的竞争风险，如果项目投产后效益良好很可能会带来一系列相似经营项目的诞生，从而加剧了本项目的竞争压力。 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。 原料资源风险：

本餐厅的原料主要以果蔬、豆类、菌类为主，是当今最受欢迎的绿色天然无污染食品，尤其本餐厅是以保健为主的餐厅，因此在原料的选择上需要专业的知识和技术投资，这样才有利于采购到新鲜、天然、无污染的绿色食品。

十三、应对措施

l、汲取先进的生产技术与经验，开发出自己的特色食品。

2、严格管理，定期培训人员，建立顾客服务报告。

3、进入市场后，认识食品市场周期，不故步自封，积极开发更新食品。

4、与原料供应商建立长期并保持长期的合作关系，保证原料资源的供给。

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，挤占中式餐饮及保健药品的.市场分额；树立\"绿色食品\"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。

十四、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校园内部，要贴近校园特色，易于为校园群体喜爱和接受，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，应该体现咖啡厅特色或者形象。

奶茶店创业计划书

一、发展前景

自我们入学以来就发现校区内的商业店铺很少，紧有一家小卖部，学生平时可以在学校喝到得饮料只有小卖部里买的成品饮料，且品种单一，大大满足不了学生们对于饮料口味方面的需要。奶茶作为一种时尚饮品，以其口味好，方便快捷的饮用方式深受广大年轻人的喜爱，据我们调查，在长汽高专中德大部分学生想喝奶茶时都得到很远的地方购买，极不方便，所以开奶茶店就能满足学生购买奶茶的方便性，市场前景非常好。下学期，我们长汽高专即将乔迁新校区，根据消息，我们学校在下学期将会扩大招生，在校学生人数保守估计可达八千人左右，这是一个很大的目标消费市场，综上所述奶茶店奶茶店的消费市场非常好！

二、店面简介

本店位于大学聚集中心地段，紧挨着学生超市，旁边是学生食堂，离三栋学生公寓也不远，每天人流量非常大，属于黄金地段。我们的目标消费群体主要针对的是大学生、教师、以及学校工作人员。经营面积约为10平米左右。主要提供的各式的奶茶以及冷饮如：招牌奶茶、橙c、芒c、卡布奇诺、绿豆源、还有各式的水果沙拉、果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘等。本店采用的是现做现卖的销售方式外带可以送外卖，使顾客能更方便更健康的饮用我们的饮品。本店装饰自然，时尚，符合我们青年人朝气蓬勃的个性，我们还会在店设一个许愿墙，用便利贴的方式让顾客在我们的许愿墙上贴上他们最美好的愿望，以增加我们店浪漫的风格。

三、发展战略

1.本店开业之前，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、个人关系宣传或多媒体（如：音响）等形式的简单广告即可。

2开业之初，我们会面对全校开展一次促销活动，促销内容主要是降价销售一天，还举办喝奶茶赢奖品等活动，活动目的在于对本店的宣传，让学生知道有我们奶茶店的存在。

3为了方便学生以及增大我们的销售量，本店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 本店还会在特殊的日子推出特别的奶茶饮品，如：情人节我们会推出情侣奶茶，冬至日会推出温暖冬日奶茶等等。

5.暑假期间虽然客源会骤降，但毕竟还有部分留校学生、学校工作人员，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品行业发展，总之，要以长远的眼光看待问题，如此才能有企业的未来。

四、奶茶店管理结构

店长兼收银员1名 ，饮品师1名，送货员1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：港式奶茶及水果沙拉

主要的服务特色：会员制的跟踪服务

主要的环境特色：具有时尚气息的绿色饮用环境

五、市场分析

在大学中喝饮料是日常生活的一部分，而学校中所提供的饮品选择却远远没有达到学生们的要求。饮品市场前景良好，特别是具有青年人喜爱的时尚饮品，我们开奶茶店一定会得到广大学生们的支持。还有我们会对食品安全问题严格把关，做到无污染无食品添加剂的绿色饮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。

优势与劣势：

优势分析：本店经营解决学生饮品单一等问题，并且与超市里的成品饮料同样方便快捷，节约时间。同时，我们还会提供送货服务让学生购买更方便。简洁舒适时尚的装修将是本店的一大特点，学生普遍喜欢在干净、服务态度好的饮用饮料，因此令人满意的服务也将是本店的一大特色。此外，学校食堂就在我们饮品店旁边，多数学生在吃晚饭后想喝饮料，这部分的优势很明显。劣势分析：由于刚起步，饮品店规模较小，如服务的人力资源、服务项目等都比较有限。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。

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饮品市场的。

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。

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。

七、财务状况分析

1．据计算可初步得出店面开业启动资金约需8000元（场地租赁费用600元，餐饮卫生许可等证件的申领费用600元，场地装修费用1000元，饮品制作用具购置费用5000元，基本设施及其他费用等800元）。

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，杂项开支等。

3．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，并大致估算出每日总营业额约300元，收益率40%，由此可计算出投资回收期约为2个多月。

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、计划性将决定本店在避免普通饮料店的顾客忠诚度不高的缺陷方面具有先天的优势，为了使本店能够在顾客心目中树立起权威感和信赖感，本店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、建立饮用顾客服务调查表，定期由营销部专人负责对顾客进行跟踪服务。

九、 大力打造“绿色时尚饮品”的品牌形象

根据饮品企业竞争激烈、模仿性强的特点，实现对企业的外显文化和内隐文化的有机整合，加强企业的品牌保护意识与能力。围绕“健康、绿色、时尚”为核心的品牌特征，本店通过树立绿色形象、开发绿色产品，实行绿色包装，采用绿色标志，加强绿色沟通，推动健康消费、打造时尚气息来实现营销目标。作为一个饮品店开展绿色、时尚营销，我们有着天然的优势，本店将严格贯彻绿色餐厅的标准，无论从原料采购、食品加工还是卫生环境，都将严格把关。努力营造出朴素典雅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，体现健康绿色时尚的理念。

十、 重视搞好一系列的企业公关活动

本店将通过一系列的公关活动，处理各方面的关系，为奶茶店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、学生群众关系。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，应积极参与学校开展的活动以及各个社团的活动。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。

十一、市场风险

市场是不断变化的，所以我们必须考虑到市场的风险，具体有以下几种风险可能：

（1）在本项目开发阶段的风险，市场上可能会同时出现类似饮品店的开业。

（2）项目生产经营阶段的风险，项目投产后的效益取决于其产品在市场上的销售量和其他表现，而对于本阶段项目而言，最大的市场风险来源于市场上饮品业的竞争风险，如果项目投产后效益良好很可能会带来一系列相似经营项目的诞生，从而加剧了本项目的竞争压力。 内部管理风险：

l、汲取先进的生产技术与经验，开发出自己的特色饮品。

2、严格管理，定期培训人员，建立顾客服务报告。

3、进入市场后，认识饮品市场周期，不故步自封，积极开发更新饮品·。

4、与原料供应商建立长期并保持长期的合作关系，保证原料资源的供给。

初期（1-3月）

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校园内部，要贴近校园特色，易于为校园群体喜爱和接受，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。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：灯饰是饮品店装饰的重要元素，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，显示饮品的格调，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饮品店气氛和消费者偏好，烘托出本奶茶店的品位。 饮品制作工具：干净，整洁，应该体现奶茶店特色或者形象。

背景音乐：以浪漫，柔和的轻音乐为主，响度适中，切合季节变化和咖啡厅格调。

一， 项目分析

1、名头来历：

人间真情——有一户五口之家，母亲是江阴人氏，每逢佳节团聚必不可免的一道主菜，便是妈妈亲手烹饪的肉丝泡蛋。时年，父母年逾古稀，长子身旁伺候，次子闯荡神州，小妹更是飘洋过海。为感知牵挂，感恩养育，三兄妹携手足之情创立柔丝泡蛋连锁餐饮，寄慰人间真情——天涯翘盼，柔丝相聚。肉丝泡蛋原本江浙家常菜，为适应商标注册规范，特将“肉丝”改变成“柔丝”。 2， 现行运营：

3， 市场缝隙：

初期自首家店开业以来，出品研制成功得到固定忠诚消费群体认可;管理进入程序化;市场初探结束。更值得称谓的是原设计出品及派送方式得到满意和延伸，极具品牌竞争力，彼有一定知名度，可以继续从事市场拓展。 4， 餐饮效益：

餐饮业效益不同于其他行业——资金周转周期短(按日计算)盈亏明显。 只要选址、选项、管理到位很快就会见到明显效益。

二， 项目进度

1， 初期试点阶段接近尾声

2， 二期品牌战略即将开始

多点带面，造势招商

a， 拟在广州繁华街市开设店铺作为形象旗舰店

c， 经营管理理顺期：规范出品、科学管理

时间：2024年1月——6月

d，多城市造势，力争每个直辖市、特大城市、省会城市开设直营店，目标总计108家。

时间：2024年初——2024年末

3， 三期选项投资(有待量化)

a， 拓展国外行业市场

b， 拓展品牌纵横市场

c， 拓展跨行品牌市场

三， 项目实施

(1)集团公司组建：限期1个月

内容：合伙协议、资金到位

费用：场所租赁、手续办理、办公设备、经费等预算10——35万

(2)二期品牌战略

投入1(旗舰店)投入2(两家分店) 总投入

营业面积300平米营业面积2×300平米 900平米

月均业绩26万月均业绩2×26万 78万

纯利润25%纯利润2×25%200万

回收期6个月回收期6个月 10个月

备用金10万备用金2×10万 30万

总投入49万+10总投入98万+20计147万+30=177万

模式同a，总投入177

c， 经营管理理顺期：规范出品、科学管理

时间：2024年1月——6月

四：项目总投入：

集团公司筹建费用+旗舰店开办费用+外埠形象店开办费用+集团项目运做费用=500万

五： 国内连锁餐饮行业数据表达

商务部最新调查显示，全国限额(年销售额5000万元)以上连锁餐饮企业尤其是直营连锁快餐企业，营业收入大幅增长。其中，东部省市快餐营业规模明显超过正餐，广东快餐的市场份额高达90%，江苏、上海、辽宁、北京、浙江、山东等省市也已达到50%以上。连锁经营已成为餐饮业做大做强的主导经营模式。据统计，截至2024年，我国限额以上连锁零售集团(企业)达1416家，比上年末增长34.2%，实现销售额10668.4亿元;限额以上连锁餐饮集团(企业)达300家。据商务部预计，2024年我国餐饮业市场将继续以17%左右的速度高速增长，全年零售额将越过9000亿元台阶而直接突破1万亿元。

2024年是实施“十一五”规划的开局之年，在增加居民消费、扩大消费需求的政策推动下，餐饮业将进一步增强自主创新能力，规模化、产业化、现代化发展加快，餐饮经济市场活力不断增强，根据餐饮业发展模型分析，预计2024年我国人均餐饮消费支出将增长17.6%,达到800元;餐饮业市场运行将继续以17%左右的速度高速增长，全年将越过九千亿元台阶而直接突破一万亿元大关，达到10400亿元。

一、快餐店概况

二、经营目标

三、市场分析

四、经营计划

五、人事计划

六、销售计划

七、财务计划

八、附录

一、快餐店概况

１．本店发属于餐饮服务行业，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．都市快餐店位于威海路商业步行街，开创期是一家中档快餐店，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．都市快餐店的所有者是×××，餐厅经理×××，厨师×××，三人均有６年的餐饮工作经验，以我们的智慧、才能和对事业的一颗执着的心，一定会在本行业内独领\*\*\*\*。 ４．本店需创业资金万元，其中万元已筹集到位，剩下万元向银行贷款。

二、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，特别是本店刚开业，想要打开市场，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。短期目标是在威海路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，在岛城众多快餐品牌中闯出一片天地，并成餐饮市场的知名品牌。

三、市场分析

1．客源：都市快餐店的目标顾客有：到威海路商业步行街购物娱乐的一般消费者，约占50%；附近学校的学生、商店工作人员、小区居民，约占50%。客源数量充足，消费水平中低档。

3．竞争对手：

都市快餐店附近共有4家主要竞争对手，其中规模较大的1家，其他3家为小型快餐店。这4家饭店经营期均在2年以上。××快餐店中西兼营，价格较贵，客源泉稀疏。另外3家小型快餐店卫生情况较差，服务质量较差，就餐环境拥挤脏乱。本店抓住了这4家快餐店现有的弊端，推出“物美价廉”等营销策略，力争在激烈的市场竞争中占有一席之地。

四、经营计划

1．快餐店主要是面向大众，因此菜价不太高，属中低价位。

2．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。

3．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。

4．随时准备开发新产品，以适应变化的市场需求，如本年度设立目标是“送餐到家”服务。

5．经营时间：早~晚!

6．对于以上计划，我们将分工协作，各尽其职。我们将会在卫生、服务、价格、营养等方面下协夫，争取获得更多的客源。

五、人事计划

1．本店开业前期，初步计划招收多少名全日制雇员（包括多少名厨师），多少名临时雇员（含厨师）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

应聘者特《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（含试用期）。

2．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：

1）制定培训计划，确定培训目的，制定评估方法。

2）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。

六、销售计划

1．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。

2．推出会员制，季卡、月卡，从而吸引更多的顾客。

3．每月累计消费1000元者可参加每月末大抽奖，中奖者（1名）可获得价值888元的礼券。

4．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。

七、财务计划

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（ ）万元 1

桌椅 （ ）套

营业面积（ ）平方米

冷冻柜 （ ）台

灶件 若干

2）每日流动资金为多少万元

（主要用于突发事件以及临时进货）

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：因刚开业，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。

八、附录

附录1 法律要求

为保证食品卫生，防止商品污染和有害因素对人体的危害，保障人民身体健康，增强人民体质，严格遵守国家，地方有关法规要求具体如下：一、食品生产经营企业和食品摊贩必须先取得卫生行政部门发放的卫生许可证，方可向工商行政管理部门申请登记，未取得卫生许可证的，不得从事食品生产经营活动。

食品生产经营者不得伪造，土改，出借卫生许可证。

二、食品生产经营过程必须符合下列卫生要求：

（一）保持内外环境整洁，采取清除苍蝇老鼠蟑螂和其他有害昆虫及其孳生条件的

措施。

（二）食品生产经营企业应当有与产品品种，数量相适应的食品原料处理，加工，包装，贮存登厂房式场所。

（三）应当有相应的消毒，更-衣、盥洗，采兴，照明，通风，防腐，防尘，防蝇，防鼠，洗涤，污水排放，存放垃圾和废弃物的设施。

（四）设备介绍和工艺流程应当合理，防止待加工食品与直接入口食品，原料与成品之间的交叉污染，食品不得接触有毒物，不洁物。

（五）餐具，饮具和盛放直接入口食品的容器，使用前必须洗涤，消毒，炊具，用具用后必须洗净保持得洁。

（六）贮存，运输和装卸食品的容器包装，工具，设备的条件必须安全，无害，保持清洁，防止食品污染。

（七）直接入口的食品应当有小包装或者使用无毒，清洁的包装材料。

（八）食品生产经营人员应当经常保持个人卫生，生产，销售食品是必须将手洗干净，穿戴洁净的工作服；销售直接入口食品时，必须使用售货工具。

（九）用水必须符合国家规定的城乡生活饮用水卫生标准。

（十）使用的洗涤剂，消毒剂应当对人体安全，无害。

三、禁止生产经营的食品：

（一）腐败变质，油脂酸败，霉变，生虫，污秽不洁，混有异物或者其他感官形状异常，可能对人体健康有害的。

（二）含有毒、有害物质或者被有害，有毒物质污染，可能对人体有害的。

（三）含有致病性寄生虫，微生物或者生物毒素含量超过国家限定标准。

（四）未经曾医卫生检验或检验不合格的肉类及其制品。

（五）病死，毒死或者死因不说的禽、兽、水产动物等及其物品。

（六）容器包装污秽不洁，严重破损或者运输工具不洁造成污染的。

（七）掺假，掺杂，伪造，影响营养卫生的。

（八）用非食品原料加工，加入非食品用化学物质的或者将非食品当作食品的。其他不符合食品卫生标准和卫生要求的。

四、按期接受各极卫生部门的食品卫生监督检验。

菜 单

快餐店地址：

联系电话

快餐店的营业时间；

快餐店提供品种

创业计划书

学号：2201520902317 姓名：马 吉 锋 专业：建筑经济管理

拟定名称：

辣菜馆（辣味，定位为包含年轻、时尚、爱情、火辣、快捷等元素的川菜系餐厅） 选址条件：

标准门面房，具客运中心、旅游中心、办公中心、商业中心、居住中心五个条件，同时还是乐山最大的大学社区，交通便利、视野宽阔。唯一不足是没有合适的停车位置，只能借助周围各大商场的地下停车场。

餐饮计划书市场调研：

经过初步的投资前期市场调查，我们定位的目标消费群以周围庞大的大学生群、周围庞大的肖坝路居民群；竞争对手主要为现存和即将开业的中餐厅，其中特别以入主大商场的各大品牌快餐厅，以年轻、时尚、快捷为元素的对手比较多，但以爱情、火辣为元素的对手较少；肖坝路所在商圈过去非常发达，新的商业氛围全面营造好后，短期内将成为可以与徐家汇比拟的巨大消费商圈；与餐饮行业相关的法律手续、租赁合同等已经明确，供应商关系有待加强。完善、详细、有计划的市场调查，特别是消费者偏好调查需要进一步的展开。

餐饮特色：

以川菜主菜系，宣扬巴蜀饮食文化，以\"辣\"为主色调进行菜色设计，将辣菜文化与时尚元素结合年轻、爱情、火辣、快捷融合推广；设计快餐套餐,积极开拓湘赣菜快餐消费市场和外送市场。

拟定规模：

建筑面积100平方米，1开间门面商铺楼上楼下各50平米，月租金3.3万元。 拟定人员：

2名厨师，2名助理厨师，4个店面服务员（含领班和收银），月工资总额控制在1万元以内。

开业准备：

2月中旬签约，两个月免租，3月办理工商税务消防等政府事务、人员招聘和培训、岗位制度的制定、菜点设计和价格设计、装修配套和店内装饰、供应商接触、首批物料备货、网络推广等等，4月中旬试营业，5月1日正式营业。

开业策划：

试营业两周，正式开业庆典两周，活动期间均可享受活动宣传的优惠；媒体推广策划、户外现场策划、店内布置、促销活动设计等。

投资预算：

房租和押金周转资金16.5万元，固定资产投资15万元（装修10万元，电器和厨房设备3万元，家具装饰等2万元），物料周转资金1.5万元，合计33万元。 经营成本：

房租3.3万元/月，水电0.2万元/月，人工1万元/月，促销推广平均0.3万元/月（节庆日集中使用，每次5000元左右，全年做5次，其余1.1万元平时使用），税金0.1万元/月，其他开支0.4万元/月，合计每月成本支出5.3万元，每年成本支出63.6万元。 固定资产折旧：

固定资产15万元，预算2年折旧完毕，即平均每月折旧0.625万元，折旧资金可用于周转，但必须预算2年后重新装修。

盈利预算：

利润为3.825万元。年净利润为45.9万元。

生存分析：

单店盈亏平衡点为每月营业额9.12万元，即平均每天营业额0.304万元，年营业额109.44万元。第一年的年营业额如果低于109.44万元，则不具备生存条件，必须尽快调整或转卖；第一年的年营业额高于109.44万元，则具备了生存条件，可以设法改善；第一年的年营业额达到180万元则可以迈开步子考虑进一步发展。

利润分配：

年净利润45.9万元的60%用于提升品牌、继续投资开店，即27.54万元；年净利润的40%用于股东分红，即18.36万元。

扩张计划：

如果第一年的年营业额达到180万元且净利润中用于继续投资的资金大于25万元，则第二年开3家分店。

**餐饮创业计划书完整版篇八**

我们不难看出，知青餐厅的成功，就是在于他的定位的成功，在于他能通过嗅觉、味觉、触觉、视觉以及听觉的形式创造了一个特定的进餐环境氛围，满足了一部分特定人群的对往事情感需求。

我们很多的餐饮业经营者都希望自己开的店生意好，也想着各式各样的方法去刺激消费者，希望能够引起消费者的注意，消费买单。可惜的是，不管他们所采取的方法多么的有创意，让消费者所感到的实惠有多少，消费者却不为之所动，所取得的效果甚微，甚至在有些时候是光打雷不下雨。

为什么会这样呢？相信不少的人为此而感到疑惑，一想到这些都觉得脑袋都有些变大，忍不住在哀叹，说什么生意难做。大家在哀叹的时候，为什么不看看身边的哪些餐饮企业，特别是一些做的较为成功的企业呢？他们的生意为什么做的那么好，前光顾的客人络绎不绝，甚至要排队领号。失败者各有不同，但成功者却有着类似的地方，有着一个共同的特质：那就是他们真正的懂得餐饮业的经营，能读懂消费者，懂得消费者的心理。

在我们的身边，有许多的餐饮业的经营者所采取的营销策略以及促销手段，看起不错，从理论上说绝对可以让自己的企业生意兴隆。但在这儿所要说的是，只是“看起”以及“理论上”成立，因为他们的这些好的方法和措施是自己觉得的可行的，并没有与消费者之间产生对接。

就没一个餐饮业的经营者说，你要记住的是，最终买单的是客户，而不是你自己。如何让客户买单呢？不用说就得让客户感到满意，不仅仅如此，还要让超出客户的心理需求，给予他们更多的满意。

让客户满意，满足客户的心理需求，似乎我们每一个人都很清楚这一点，但是如何才能做到这一点，恐怕真正能知晓的人并不多。在现今的书市上有许多的有关于消费者心理的书籍说到了这一点，有许多的营销类的培训老师在其的程中也不断地重复着这一点是如何如何的重要。只不过，他们说得倒是热闹，抛出了许许多多的观点，并引经据典用证明自己的观点有多么的正确，多么的实用。我并不是说他们所说的那些没有道理，而是把简单的事情弄复杂化了。因为事情的本身并没有那么的复杂。

为什么这么说呢？原因很简单，我们要想真正地读懂客户，满足客户的需求，其实就是双方之间的一个互动，即让客户感知到我们所做的一切，并且从他们的感知中知道有哪些不满意的哪些满意，并因此进行调整，以满足消费的需求，去增强消费者的满意度。说的更为直接一点就是，餐饮业的经营者应该以品牌，环境，服务，出品四个为基础指标，通过嗅觉、味觉、触觉、视觉、听觉的形式，传递给餐饮目标客户群体，通过客户的消费反应，最终制定出合理的价格，去增强客户的满意度。这就是我所要说的餐饮业的五觉定位音效系统。

而为什么餐饮业要注重五觉定位营销系统呢？

前面提到过，这是由于人们对于任何事物的认知与接受是通过眼耳口鼻舌以及触觉开始，并在心里面产生心理反应的。我们要想与消费者互动，真正地把握住消费者的心理，就必须让他们更为清晰地感知到我们所做的事，我们所开的是怎样的一个餐厅，让他们感知，不仅仅传递出我们所要传递出的信息，在他们的心目中留下一个印象，更为重要的是通过这种感知，以及感知的反应，我们能够更进一步地知道他们所需要的是什么。

想想看，当我们知道了这些后，不就是对经营策略以及实际的操作指明了方向吗？有的放矢才能射中靶心达到应有的效果；无的放矢，就是百步穿杨的神射手跟从没有射箭的人也没有多大的区别。我们做餐饮所面对不就是走进店里面点餐消费的客人吗？当我们聚焦在他们的身上之后，通过不同的方式与渠道，用嗅觉、味觉、触觉、视觉、听觉的形式，将品牌的化理念，贴心的服务，幽雅的环境，美味的菜品呈现在他们的面前，让他们形象而生动地感知到我们企业的具体形象，生意又怎么不会好起，又怎么不会做大做强呢？如果你稍稍细心，就会很容易发现，我们所知道的一些知名的餐饮业，他们之所获得成功。

**餐饮创业计划书完整版篇九**

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饭菜种类少、出饭速度慢、饭菜质量差、营养搭配不合理、地域不同导致的饮食习惯的不同、营业方式单一等，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，创建一家以学生为主要对象的餐饮连锁店。

单元店位于大学聚集中心地段，主要针对的是大学生、教师。经营面积约为200平米左右。经营范围有日常主食和休闲小吃为主。日常主食主要提供早餐、午餐、晚餐、配送快餐，休闲小吃主要有特色冷饮和休闲小吃等。品种多，口味全，营养丰，使就餐者有更多的选择。午餐和晚餐则有尽可能的融合各地不同口味菜式。而休闲小吃则提供各种冷饮糕点，如果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘，各种面包、蛋糕等。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、文化气息，整体感观介于家庭厨房性质与酒店厨房性质之间。

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。

并能节省部分人力资源。同时，餐点还提供冷饮、种类丰富的休闲小吃、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，师生喜欢在干净、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，因此本店则可以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，规模小，经营管理模式不成熟、市场知名度低。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。

餐厅采用学校连锁式制，会员刷卡积分模式。单元店面发展缓慢，所以采用在一个省份内各个不同阶段的高、中校连锁模式，这样可以保留一大批的长期顾客；会员刷卡制，考虑大多消费者为学生，1、学生在各校间的流动性强，持一张卡在本餐厅所属各连锁店均可消费；2、学生家庭贫富差距不一，同学们的仇富顾贫心理状况不一，刷卡消费，给广大同学提供一个心理平衡层面；3、显露出大面额钞票的消极影响，现金支付的很多弊端，（比如再掏钱过程中丢失钱财或其他物品等，）4、通过积分制度，同学可以在一定的积分下享受本店提供的优惠政策，帮助同学减轻生活负担；5、减少现金上面细菌的直接传播等。单元店设置店长一名，收银员1名，厨师3名，服务生3名，每周提供兼职服务生若干名。

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：具有科学合理搭配营养的绿色健康餐品

主要的服务特色：会员制的跟踪服务温馨、文明的现场服务

主要的环境特色：具有传统文化气息的绿色就餐环境

店面设计视觉识别

店面：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校园内部，要贴近校园特色，易于为校园群体喜爱和接受，店面应有现代化格调，文化意味悠长。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，聚餐性大餐桌，性格喜好不同的消费者都有自己喜爱的角落和环境。

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，应该体现咖啡厅特色或者形象。

背景音乐：以浪漫，柔和的轻音乐为主，响度适中，切合季节变化和咖啡厅格调

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，借此进行口碑渐推营销。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活动等。

主要经营范围：

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100平米左右。主要提供早餐、午餐、晚餐以及休闲餐饮等。早餐以我们江苏小吃为主打特色。品种多，口味全，营养丰，使就餐者有更多的选择。午餐和晚餐则有我国各种口味菜式。而休闲餐饮又提供各种冷饮，如果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘等。我们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。

以往的相关经验（包括时间）：

虽然我之前没有开过餐馆，但我平常很喜欢做菜，还喜欢看一些做菜之类的书，所以我对经营餐馆很有信心。我还有做前期的大量的资料查阅，基本上了解要开一个餐馆的基本情况。而且我打算到我一个经营饭店的亲戚店里去学习一段时间，去了解整个运作的过程，这对以后的经营会很有帮助。而且我在某公司上过班，在一些为人处事方面也学到了一些东西，我想一定有用的。

教育背景，所学习的相关课程（包括时间）：

1、现在正在读工业工程专业课程

2、20xx年我参加过syb师资培训班

目标顾客描述：

主要客户群是针对学生，老师的，但是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添加我餐馆的知名度。

市场容量或本企业预计市场占有率：

我们学校的人口大概有xx万左右。我们店位于学校最密集的地区。我们学校大概有xx%左右的学生会吃早餐，午餐，晚餐。所以我们家的店发展的余地很大啊。

市场容量的变化趋势：

市场不是一成不变的，随着人民对健康饮食的越来越注重，再就是我们的`环境舒适、卫生。学校餐饮市场前景会更广阔，容量以后应更大。

竞争对手的主要优势：

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。

竞争对手的主要劣势：

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。

本企业相对于竞争对手的主要优势：

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。

项目目的

——xx西餐厅以打造优质的西餐文化和服务大众为其办业和经营宗旨，力求开拓一片属于自己的市场。

项目名称：xx西餐厅

性质：此项目集开发家居设计、房屋室内设计、独栋别墅设计专业性服务项目。同时，吸引商家投资，建设中国人自己的家居设计文化。

建设地点：xx市地区

市场分析：学院现有xx师生，调查资料表明他们多消费用于饮食方面占了xx%，正因如此，饮食也是在学校创业首选之路。小中都美食街附近是男女生聚餐最聚中的地方，偶尔去的人占了全师生xx%，现时有xx%师生觉得现在学校最缺的服务是就餐环境，而适合xx西餐厅设计是幽雅、舒适、休闲的消费环境，这可表明了，xx西餐厅开业后会有更受欢迎的可能性。

宗旨：服务大众，优质经营，为广大消费者展现不一样的西餐文化。

1、推出皇牌主食套餐，经济实惠，例如：泰汁鸡扒印尼炒饭套餐、青咖喱猪颈肉扒伴意粉套餐、鳗鱼泰汁鸡扒局饭套餐等，各套餐还配有（粟米忌廉汤、油菜、热奶茶或冻柠乐），最适合校园情侣品味。

2、西餐结合快餐。例如：扒类（牛扒、猪扒、鸡扒）、各式快餐、各式小食、各种中西炖汤、中西式局饭、粉面类（意粉、米粉等）。

3、美颜甜品。例如：姜汁鲜奶雪蛤膏炖蛋、金粟南瓜西米露、粟子蓉鲜奶露、椰汁香芋西米露等等，最适合爱美的女大学生品尝。

1、计划摘要

（1）本店属于餐饮服务行业，名称为“xx餐饮公司”，是个人独资企业。主要为人们提供中式早餐、西式早餐、汉堡、面包已及饭菜等各种主食。

（2）本店打算开在繁华市区，开创期是一家中档餐饮店，未来打算逐步发展成为像肯德基、麦当劳、德克士那样的餐饮连锁店。

（3）本店需创业资金xx万元

由于地理位置处于繁华市区，客源相对丰富，但竞争对手也不少，特别是本店刚开业，想要打开市场，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。短期目标是在繁华市区站稳脚跟，1年内收回本钱。长期目标则是逐步发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的餐饮连锁公司，在众多餐饮行业品牌中闯出一片属于自己的天地，并成蛋餐饮行业的著名品牌。

2、营销计划

（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、儿童以及家庭的，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）本餐厅采取点餐的方式，免费茶水和鲜汤。并且产品的量一定要足，相对竞争者要做的更好，可采用不同的做法，使口感与众不同，以求有别于竞争者，而且是以中等的价格吃饱，给顾客更多的优惠，以吸引更多的客源。此外，本餐厅在节假日以及特殊节日，将推出各种套餐。（比如：在情人节的时候推出情侣套餐等）。

（3）餐厅使用可重复使用的餐盘，即节约又环保，而废弃物也规定专门的回收站回收，可以与回收站联系，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。

（4）暑假期间客源会骤增，毕竟学生都放假了、附近居民以及打工人员，届时可采取增加生产量，加强服务重点等方式，以增加长期客源。

（5）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，进行分析，并制作出长期的计划，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。

3、本餐厅的设计标准及目标市场定位。

餐厅管理人员应从本餐厅的实际出发，根据设计的标准，参照国家行业标准制作清单，同时还应根据本餐厅的目标市场定位情况，考虑目标客源市场对餐厅用品的需求，对就餐环境的偏爱，以及在消费时的一些行为习惯。

1、公司宗旨xx餐饮公司主要以一流的服务、特别的食品为特点，旨在通过公司专业、真诚的服务态度来建立顾客与市场的最佳沟通渠道，把顾客吸引住，真正成为xx的客源。

2、经营目标

在经营初期，我们的目标是进入市场，在市场站稳，在逐步深入，占据更多的市场。

3、产品优势

主食部分以及甜点饮料品种繁多，可供顾客选择的空间大，又是快餐，在时间紧迫的现今社会，追求的就是快节奏，所以xx迎合了大部分消费者的需求。

4、外送服务

xx可以提供外送等服务，让顾客足不出户就可以品尝到xx的产品。

很多人认为，一个企业能否成功，主要取决于机会，或者说是幸运，但为什么有些企业总是与机会失之交臂，而另外一些企业能发现机会、抓住机会从而利用机会取得成功？诚然，影响企业经营绩将近的因素非常之多，但从长期的角度来看，企业能否成功关键在于能否制定一个适合自身实力和环境要求的战略，并有效地加以实施。随着世界经济全球化和一体化过程的加快和伴之而来的国际竞争的加剧，这一特点也越来越明显。我们认为，餐饮行业在中国的＇成功是建立在其专业地战略分析、科学地战略选择和有效地战略实施基础上。

1、进入市场的时机及选址的正确性

xx是中国地区相对繁华的一个地区；xx的外来人口数量众多，有潜在的顾客群体；xx还是比较出名的旅游胜地，是众多人口的聚集地。所有这些因素都造成人口大量涌入和人民智力启蒙，这对xx的人民币销售部分是极为重要的；这样将会有一个稳定的外汇收入；xx是xx餐饮公司的总部，是发源地，这将有助于今后往其他城市的进一步发展。xx通过把降低风险的可能性与通过投资可能得到的潜在的收益加以比较，且考虑到当时在我国的餐饮行业已经比较热门了，所以这对xx是一个不利的方面，但正因为他的热门，我们才更容易进入市场，相当于已经打开了一扇门，我没有道理不进去。把xx作为x入中国市场的首选城市为xx在中国的成功奠定坚实的基础。

2、中国特色和西方文化相结合战略的制定

在如此竞争激烈的快餐服务业，究竟怎样才能使得xx能始终保持强劲的发展势头呢？我们认为，是其在进入市场的不同发展阶段，制定了既符合组织文化又符合战略逻辑的战略。在国际发展如此迅速的情况下，中国已经逐渐的接受不同国家的文化以及饮食习惯，所以将西方的餐饮文化溶入到中国特色的餐饮文化中不失为一个好方法。

（1）以其统一标识、统一服装、统一配送方式的全新连锁经营模式，并最终依靠其优质的产品、快捷亲切的服务、清洁卫生的餐饮环境确立了其在市场的地位。

（2）一直坚持做到员工100%的本地化并不断投入资金人力进行多方面各层次的培训。从餐厅服务员、餐厅经理到公司职能部门的管理人员，公司都按照其工作的性质要求，安排科学严格的培训计划。为使管理层员工达到专业的快餐经营管理水准，xx将建立适用于餐厅管理的专业训练基地——教育发展中心。

（3）xx“以速度为本”的快餐业企业精神使其特别注重发挥团队精神，依靠其团队合作达到的高效率，从而保证了营业高峰期服务的正确和迅速。使其形成了高效灵活、完善先进的管理激励机制其团队合作精神和出色的管理水平将是xx立足于市场的秘诀。

（4）优质的服务，在xx，你得到的服务会比你原来希望得到的服务要多。xx的宗旨是顾客至上、顾客就是上帝，这样的宗旨会使每一位来就餐的顾客，无论是大人还是小孩，都会有一种宾至如归的感觉。

（5）xx将定时推出新的产品，以满足顾客的各项需求。

1、餐厅经理1名，xx/月+满勤奖

2、收银员3名，xx/月+满勤奖

3、厨师3名，xx/月+满勤奖

4、服务生3名，xx/月+满勤奖

5、销售员1名，xx/月+满勤奖

注：工作人员均以大专学历为标准，其中服务员要会基本的英语口语。

1、店内布局

简洁舒适的装修将是餐厅的一大特点，顾客普遍比较喜欢在干净、服务态度好的餐馆就餐，所以餐厅的卫生和环境以及令人满意的服务将是本店的一大特色。另外餐厅在营业期间会播放一些舒缓的音乐，给顾客一个舒适的就餐环境。

2、服务

（1）制服统一

餐厅服务员要求统一着装，制服上身为白色衬衫、领结，下身黑色裤子，外围紫色花边围裙。

（2）具体服务要求

服装统一，时刻保持整洁、统一。微笑服务，对顾客要热情、态度友好，尽量满足顾客需求，使用“欢迎光临”、“请慢用”、“谢谢惠顾”、“请慢走，下次再来”等礼貌用语。工作期间员工之间禁止聊天、打闹，说话不得大声喧哗。每人一本意见薄，顾客消费结束后要咨询顾客意见，对顾客提出任何意见要及时反馈给店长。

（3）服务100

具有强烈的自我责任心和服务意识，为了让顾客满意，坚持不懈地克服工作中遇到任何挫折困难和压力。

3、产品的研究

为吸引顾客，本餐厅会通过不断地尝试来研发新品种产品，新品种产品会成为本周的推荐产品，在推出的前一周会特价销售，如果反响好的话会成为本店特色产品。为了不被认同而被超越，我们会不断地推出新产品、节日产品和周年产品。如情人节：推出情侣套餐，光棍节：推出单身套餐。不断地因特色而吸引顾客，使顾客对本店印象深刻，并逐渐地形成口碑，成为企业的无形的品牌资产。

需求在现阶段还处以较大阶段，在未来有增长的趋势。现阶段竞争者大多都不具特色。少数具有特色的企业又没有推广。所以本企业要在进入市场后占有一定的市场地位就要努力创建特色，以独特方式吸引人群。在经营过程中要注意同行的产品、服务等情况，如果有很好的收益，要及时地借鉴。

**餐饮创业计划书完整版篇十**

1、开业证件：消防、卫生、环保、工商、税务部门登记、注册。

2、员工招聘：可以利用网站、餐饮培训学校、报纸广告招人或托人代招。

3、菜谱设计：茶餐厅的菜谱设计应该根据该店的经营特色进行设计。菜谱里可以附加一张该店的宣传广告和定期的活动广告。

4、文化理念：包括经营理念、核心价值观、服务精神、工作态度、目标责任等。

1、拒绝商圈旺铺。不是商圈不好，而是投资成本太大，加重前期运转的负荷。

2、资金有限的投资者，在选址时主要考虑以下两个方面：

(1)公司、写字楼相对集中的地段。此地段消费人群以白领为主，消费能力不亚于商圈附近，而租金却便宜很多。在写字楼投资一家茶餐厅，以中式套餐、糕点、冰激凌和咖啡为主营内容，人均消费为35～45元，相当于三个人吃炒菜平摊的费用。而由于茶餐厅环境优雅、就餐近，与炒菜馆相比，优势不言而喻。

(2)住宅区或高校相对集中的地段。如果茶餐厅能在提供舒适环境的前提下，菜品价格控制在普通快餐店的百分之一百五十以内，则能很有力地吸引情侣、不在家开伙的白领人群，而这类地段又比写字楼附近的茶餐厅租金低，更大地缩减了前期投入。

1、通常情况下，茶餐厅装修设计须简约、明亮，给人自然、舒适之感。靠马路一侧要装上大型落地玻璃，不仅让顾客看到繁华的街道，也让行人看到典雅大方的餐厅店堂;软装、灯光须配合桌椅的颜色，最好为暖色调。装修费用控制在300～500元/平方米以内。

2、装修细节。为了提升服务品质，茶餐厅内还须摆放一台电视、一个仿古书架;在洗手池边标明“为了您的健康，请您洗手”的字样;收银台最好设计成酒吧吧台状，台上放纸巾、宣传单、印着港式茶餐厅地址的打火机、收银柜等，台后则可摆放各种酒、装饰品、悬挂的酒杯，给顾客留下轻松、周到的第一印象。

3、个性化设计。每个茶餐厅一定要有一处夺人眼球的设计，比如在大厅的小舞台上设计一个留言板或贴纸区，方便顾客与茶餐厅、顾客与顾客之间交流;还可根据场地大小，考虑增加吸烟室、儿童娱乐区等。注意：在茶餐厅内，一定要做好通风和防火措施。

4、装修的重中之重——厨房。据我所知，有些茶餐厅经营者为节约装修成本，只着重装修大厅和包房，压缩了厨房的装修费用，其实这是个误区。厨房在茶餐厅营业的前期作用不明显，因为客流量小，但到了后期，当店内菜品能够吸引越来越多顾客光顾时，厨房设计不合规格，设备落后，将有可能因上菜速度慢导致客源流失。

港式茶餐厅的经营可借鉴快餐店的经营方式，集中餐、西餐、快餐、港式冷热饮、水果拼盘于一体，以环境好、上餐快、品种丰富、价格便宜为亮点，除提供各种中式菜品和当地特色菜品外，可根据厨师水平，搭配韩式料理、日式料理、西式糕点等，还可配备价格在12～28元不等的各种茶饮，满足各类消费者的需求。由于茶餐厅的主要收入来源于商务午餐，最好能免费为顾客提供一杯饮料或一碗汤。

由于目前投资茶餐厅的人越来越多，所以投资者在投资前，一定要有经营的全盘规划。必须考虑到多套宣传方案。

(1)在茶餐厅外设一块长3米、宽0.5米的活动宣传板，列出每日更新的菜品和特价套餐。

(2)在茶餐厅周边五百米或一千米以内的报亭做外观包装广告，一个月给报亭老板100～200元广告租金，还可在报亭放一叠茶餐厅的宣传单，任凭顾客领取。包装广告上可以印上茶餐厅的店名、理念、指向标和距离等。

(3)写字楼附近的茶餐厅，可大量派发传单，若进店顾客少，可在传单中添加每日菜品，开展订餐服务。注意：有订餐服务的快餐店很多，茶餐厅如打算操作此模式，一是要保证菜品质量及口感在周围同行中屈指可数，二是要想尽办法“降价”，比如取消赠送饮料、水果等，使套餐外卖价格与普通快餐店的套餐价格相当;住宅区或学校附近的茶餐厅，可在各个校园网论坛或小区业主论坛发帖，发布茶餐厅菜品信息和“周末二人特价套餐”、“社区家庭套餐”等活动内容。

会员管理制度

茶餐厅实行会员制是一种很有效的累积顾客的方式。会员制不宜采用消费累积到一定金额享受折扣优惠，或免费办卡收取工本费，最好是预付款消费，如一次性充值 200元，享受九折优惠;充值500元，享受八折优惠;充值800元，享受7、五折优惠。如此一来，不仅可以迅速稳定客户，还可以通过顾客预存的消费卡，缓解经营中时常遇到的资金压力。

细节为王

(1)态度。营业时，服务员应随时保持微笑。(2)礼仪。包括店主在内，须掌握基本的问候礼节、称呼礼节、仪表礼节和迎送礼节。(3)强化记忆培训。记住熟客的用餐习惯和常用菜品，使其感觉到至高无上的尊重。

只要投资者能把握住各种开店技巧、经营之道以及细节问题，一家有品位、时尚多元的茶餐厅的未来，便能有很多种可能，而唯一不可能的是被市场淘汰。

1.计划的.名称。包括订立计划单位或团体的名称和计划期限两个要素，如“××学校团委20xx年工作计划”。

2.计划的具体要求。一般包括工作的目的和要求，工作的项目和指标，实施的步骤和措施等，也就是为什么做、做什么怎么做、做到什么程度。

3.最后写订立计划的日期。

1.情况分析(制定计划的根据)。制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。

2.工作任务和要求(做什么)。根据需要与可能，规定出一定时期内所应完成的任务和应达到的工作指标。

3.工作的方法、步骤和措施(怎样做)。在明确了工作任务以后，还需要根据主客观条件，确定工作的方法和步骤，采取必要的措施，以保证工作任务的完成。

1.认真学习研究上级的有关指示办法。领会精神，武装思想。

2.认真分析本单位的具体情况，这是制订计划的根据和基矗

3.根据上级的指示精神和本单位的现实情况，确定工作方针、工作任务、工作要求，再据此确定工作的具体办法和措施，确定工作的具体步骤。环环紧扣，付诸实现。

4.根据工作中可能出现的偏差、缺点、障碍、困难，确定预算克服的办法和措施，以免发生问题时，工作陷于被动。

5.根据工作任务的需要，组织并分配力量，明确分工。

6.计划草案制定后，应交全体人员讨论。计划是要靠群众来完成的，只有正确反映群众的要求，才能成为大家自觉为之奋斗的目标。

7.在实践中进一步修订、补充和完善计划。计划一经制定出来，并经正式通过或批准以后，就要坚决贯彻执行。在执行过程中，往往需要继续加以补充、修订，使其更加完善，切合实际。

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