# 2024年面馆的创业计划书的简介(优秀11篇)

来源：网络 作者：落花时节 更新时间：2024-05-20

*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。计划为我们提供了一个清晰的方向，帮助我们更好地组织和管理时间、资源和任务。以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。面馆的...*

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。计划为我们提供了一个清晰的方向，帮助我们更好地组织和管理时间、资源和任务。以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**面馆的创业计划书的简介篇一**

1、住宅社区：开面馆最好的选择，住宅社区的人口组成均匀，都以家庭为单位，出门用餐机率高，每一个家庭2-6人，座位应具有能足够容纳的环境，菜色选择也要丰富，装修必须花较多成本，才能满足大人与小孩的需求，消费以午餐、晚餐与假日为主，不会出现明显淡季与旺季之分。

2、工商业区：上班族群聚的地方，活动时间以白天为主，因此消费时机在于午餐，由于午餐时间并不长，而用餐都在11－13点之间，对供应速度要求较高，工商业区用餐环境要求不高，讲求卫生清洁，服务态度要好，座位可以较密集，以容纳更多顾客，晚餐只有加班人用餐，如讲究你的特色面食，对晚餐营业有所帮助，每星期一至星期五是消费者集中时间，周六日则相对清淡。

3、学校园区：每年扣除休假只做九个月，以面馆只适合大学、专科学校，这类学校学生消费水平并不高，但是消费能力较高，学生消费族群容易受流行趋势改变，因此对菜色变化要求不断，对餐饮环境卫生要求较高，这是他们选择用餐地点的重要依据；午餐、晚餐、夜宵皆可做，都有生意上门；寒假暑假可能主要是周边人群消费，会相对冷清些，但利润绝对仍然能得到很好保证。

早餐50碗，午餐120碗，晚餐90碗、一天营业额约为1300，一个月利润约为22600元。

主营营养彩面，可以结合彩色饺子、包子、馒头、馄饨等销售！

**面馆的创业计划书的简介篇二**

一、前言

俗话说的好“民以食为天”。又有“食在广州 ，味在四川”之说。说明四川美食是大家非常喜欢吃的美食之一。今天我要向大家推荐另一种四川美食，也就是我们这个项目的主角——特色川味面，也称怪味面。它是以自制面条加以各种调料和配料精致而成。产品制作好之后具有色、香、味俱全的特点。是四川人民一种很有特色的小吃加主食。吃起来味道好极了，它是一种投资小，利润高，风险低，回报快的好项目。

‘面条’在我国某些地区一直是人们主食之一。品类繁多。口味多达几百上千种。比如老北京炸酱面，河南烩面，新疆拉面，沙县拌面，四川担担面等都是非常有名的。但是真正把‘面条’当作主营业务来经营的没有几家。真正形成规模经营而有比较成功的恐怕只有‘味千拉面’和‘马兰拉面’这两家拉面馆。但是‘味千拉面’的市场定位比较中高档，一碗拉面的价格最便宜都是20多块。而且他们都是以经营拉面为主，和我们形成不了什么竞争。所以一开始我们的项目就是一个市场空白，是非常有市场前景的。

二、产品介绍

特色川味面的产品口味多达30几种，分为有汤和无汤两种。特别是主打产品——干绍面。可谓是百吃不厌，味道太好了。吃完之后让人回味无穷，我们现在这家店有很多顾客吃过一次之后，都成了这里的回头客了。还介绍很多朋友过来吃。而且还有好多外国人也很喜欢吃，有一位美国人被朋友带过来吃过一次之后，竖起起大拇指，，然后拿出手机把产品拍下来，以后每次来就把照片给老板看，就吃这个。还把他的美国朋友介绍过来吃。从中可以看出，川味面是非常受欢迎的。

三、产品价格定位，目标消费人群及市场定位

产品规格分为大分，中分和小分三种。我们目前的定价是6元，5元，4元。因为我们没有怎么装修。地方也小。环境太简陋。如果我们重新装修，扩大经营面积，把环境搞好一点，那我们的价格定位就是在8元，7元，6元。和其他餐厅相比。我们定价是比较合理的，处在中，低档方位。这样我们就把目标消费人群来了个大包围。从普通工人到公司白领和老板都是我们的目标消费人群。产品口味独特，目标消费人群庞大。那我们开店选址的范围包括车站旁边，商业写字楼旁边，步行街，学校附近，居民区，大型批发市场和大型购物中心都是我们开店选址的好地方。基本上没什么区域限制等不利因素。

四、投资计划

本项目投资金额120万人民币。分前、后两次注入资金。第一次到帐50万，用于公司注册、商标申请注册、设计统一的门店形象。购买服装、餐具、和桌椅等，也包括筹建总部研发中心和配送中心。第二次到帐金额为70万，用于公司扩张。公司注册为股份制有限公司。持股人分别为投资商、项目运作人、和技术拥有者，持股比例为50%、30%、20%。如有异议，可另外协商。

五、公司发展战略(分为两个3年计划，开店数400家)

具体操作如下： (第一个3年计划)

第一年以广州为中心。把现在这家店重新装修，扩大营业面积，设计统一的门店形象和装修风格，给顾客一种轻松，开心的就餐环境，员工着装统一，突出地方色彩。同时招聘人员，培训人员，储备人才。马上在开两家店，最好同一天开业。至于开店选址已经有地方了，同时我们还要筹建自己的面条生产车间，研发中心和配送中心。因为我们面馆的面条都是我们自己生产，这样既保证了质量也节省了成本，也为我们以后发展打了很好的基础。因为后勤有保障了。前方发展才会更快更好。等车间的运转正常之后。我们就要马上在开3家店。等这3家店开好之后。我们就要向深圳和东莞发展了。目标40家。因为我们的投资小，开店地方好找，经营比较灵活，所以没有什么困难。第二年。以广州、深圳、东莞三地为中心。向周边地区扩展。比如中山、珠海、佛山、潮汕地区和粤西地区。目标60家(不包括去年的店)。覆盖广东80%的地区。第三年我们的目标就是向全国扩张。目标80家。

(第二个3年计划)：

当我们把全国这盘大棋铺开之后，我们就要去巩固和占领这些市场了。各分公司以各省会为中心，向周边地区扩展。实行自营和加盟两条腿走路。还可以收购和兼并各地小的饮食公司。另外我们的面条半成品可以用包装包好，用我们的品牌直接进各大超市销售，就像‘味千拉面’一样。这个市场也比较大。利润也很可观。第一年的目标总店数250家。第二年我们的目标是向香港和澳门这两个城市发展。这个过程会比较久一点，因为这两个城市的餐饮市场我们不了解，包括开店选址，目标消费群。饮食文化等，我们都要详细的做一份市场调查和详细的开店计划才可以去开店的。做到因地制宜、灵活经营的方式。用一年时间在这两个城市各开5家店。包括建立自己的配送中心和研发中心等。内地开店总数达到320家。第三年就是我们战略计划的目标数400家。

这个时候投资商会问，开店速度那么快，6年400家。会不会风险很大，店面管理，人员储备方面能不能跟的上。是不是有点方夜谭。那么我可以很负责任的告诉大家，不是。因为我们的经营模式，管理方式和人才招聘、培训、管理、储备都是不一样的。究竟是什么不一样呢。下面我就来详细的说一下。

经营模式：

本项目所有的连锁店都是以自营为住，不提倡开加盟店，如果开加盟店也可以，控股权必须要在我们手里。这样我们就可以保证我们的所有店面的管理的统一性。也不会对我们的品牌带来负面影响，如果控股权在加盟商手里的话，我们就不能保证了。但是加盟商好的建议我们就要认真去听。

伴，员工就是老板。具体如下：当一个员工进来我们公司之后。成为了我们的正式员工。而且表现优秀，比如他一个月的工资是1000元，他可以拿500元，剩下500元放在公司的账户上，那么一年就有6000元放在公司，而我们给他的就是7000元。当他在经过公司的培训和考核之后能够胜任分店主任一职(管理10家店)。那他就可以拿出8万人民币来入股这10家店，回报是这10家店一年纯利润的2%的分红。以我们每家店年盈利24万来算，那么10家店就是240万。他就可以得到差不多5万块的分红。那么第二年、第三年、第四年?。以次类推。让公司的管理层和优秀员工都可以持有公司的股份。这样一来，我们的管理不仅更加顺畅，而且盈利还会大幅度的提高。因为我们的盈利越高，员工的分红就越多。所以他们就会更加用心的去工作，还会激励其他员工更加努力的工作，因为他们知道，只有努力的工作才会得到更多的回报。只有区别对待，才会激发员工的工作激情。才会让他们有更好的工作表现。这是世界著名管理大师，前ce的ceo——杰克、韦尔奇的名言和管理方法。

六、投资回报及风险控制

投资人把资金拿出来投资。主要是看这个项目有没有投资价值。市场前景和回报率高不高，回报周期是多久。下面我们就来说说我的这个项目为什么值得你投资，就是因为它的回报高，市场前景好。

以我们现在这家店来算。我们这家店大概25个平方。四张桌子。店里没怎么装修。我们现在每天的营业额在700元左右，本来不指这么多的，因为地方小，顾客来了一看没位子坐就走了，但是没办法，地方小，到了吃饭高峰期还厉害，顾客就站在那里等。因为这里的面好吃。他们愿意在这等，没办法。我们每个月的纯利润是9000左右。没有请服务员。我们的房租是2500元，水电是800左右。材料费是9000元。各种杂税是500元。 30 ×700 (元)=21000元(月总销售额) 21000-2500-9000-800-500=8700元(纯利润)

如果我们把这家店重新装修，扩大经营面积。形成统一的门店形象。包括员工着装。服务用语等。给顾客一种开心，轻松的就餐环境。增加外卖服务和大量宣传。那么我们每天的营业额按2500一天来计算。那么我们来算一下我们的盈利。 30×2500=75000元(月营业总额) 75000-5000(房租)-15000(员工工资)-5000(员工伙食和住房)-28000(原料费)-2500(水电)-500(各种杂税)=24000元(纯利润)，这还是一家店的。如果是10家，100家、200家呢。如果按照我们的战略计划，我们来看下表：

第一年 开店数 店利润 合计

40 0元(月利润)×12 9600000元(年利润)

第二年 开店数 店利润 合计

100 20000元(月利润)×12 24000000 元(年利润)

第三年 开店数 店利润 合计

180 20000元(月利润)×12 43200000元(年利润)

第四年 开店数 店利润 合计

250 20000元(月利润)×12 60000000元(年利润)

从中可以看出，我们的回报是巨大的，如果我们的店数达到400家，那么我们的年纯利润就有1亿人民币。而且我们的品牌也有一定的市场价值了。还有我们的面条半成品还可以进超市销售，这也是个利润空间很大的市场。而且这个回报还会越来越大，因为我们还在向前发展，还在向前走。我的理想是把它打造成中国式的麦当劳。向全球发展。希望我们能做这个行业的领头羊。

既然是做生意，就肯定有风险。——的亚洲金融风暴，让很多知名的大公司一夜之间消失或破产。包括韩国知名的三星电子也不例外。当时它的负债率是它净资产的4倍。一个月亏损近2.13亿美元。公司命运危在旦夕。随时都有破产的可能。但是这场风暴没有挤跨三星。经过公司董事长和总经理的大胆变革，三星电子活下来了，而且越来越强大，现在已经成为移动通信、数字电视、打印机等领域的世界领航者。有时候风险也是一种机遇，它让你认识到了自己的不足，让你想方设法去改变那些对你不好的东西。其实风险有时候不仅仅是在摧毁一个人，更多的时候是在锻炼一个人，考验你有没有能力去化解这些风险。勇敢的活下去。比如我们在开店的过程中，可能有的店的生意不理想。有的客人抱怨品种单一。开店过快导致人员短缺，店数多了，管理跟不上去。导致管理混乱等，都有可能遇上。那么我们该怎么解决呢：

1.加强我们的品牌宣传力度。做好顾客服务工作，多与客人去沟通，了解他们的口味和就餐环境的要求。

2.批量引进新产品和新品研发力度。比如武汉热干面，各种营养粥，小米粥。如玉米粥、燕麦粥、地瓜粥等，还可以引进一些各种地方有名的小吃。

3.在人才招聘、储备上，可以和各大中专院校和政府再就业工程联系。实行人才阶梯培训计划。保证我们在人才上的优势。

实用面馆创业计划书

【面馆选址】

1.住宅社区：开面馆最好的选择，住宅社区的人口组成均匀，都以家庭为单位，出门用餐机率高，每一个家庭2-6人，座位应具有能足够容纳的环境，菜色选择也要丰富，装修必须花较多成本，才能满足大人与小孩的需求，消费以午餐、晚餐与假日为主，不会出现明显淡季与旺季之分。

2.工商业区：上班族群聚的地方，活动时间以白天为主，因此消费时机在于午餐，由于午餐时间并不长，而用餐都在11- 13点之间，对供应速度要求较高，工商业区用餐环境要求不高，讲求卫生清洁，服务态度要好，座位可以较密集，以容纳更多顾客，晚餐只有加班人用餐，如讲究你的特色面食，对晚餐营业有所帮助，每星期一至星期五是消费者集中时间，周六日则相对清淡。

3.学校园区：每年扣除休假只做九个月，以面馆只适合大学、专科学校，这类学校学生消费水平并不高，但是消费能力较高，学生消费族群容易受流行趋势改变，因此对菜色变化要求不断，对餐饮环境卫生要求较高，这是他们选择用餐地点的重要依据;午餐、晚餐、夜宵皆可做，都有生意上门;寒假暑假可能主要是周边人群消费，会相对冷清些，但利润绝对仍然能得到很好保证。

4.市场夜市：夜市人，各样各色人聚集之地，它综和娱乐、购物、餐饮等五花八门的行业，人流量较大，同时竞争也相对直接而且激烈，所以面馆要强力讲求特色，别人能做我能做，我做别人做不了!营业食间都以晚上为主，下午是准备材料：晚上从下午5点开始至零晨2点。逛夜市普通都想吃吃看，所以供应面的份量可以比一般少些，种类多些。

针对人群:时尚的年轻人、小孩、学生，以及喜欢吃面的家庭

【成本预算】

彩面投资成本小，市场广阔，基本上能够保证稳赚不赔，假定一家50平米的面馆，主要投资为：

早餐50碗，午餐120碗，晚餐90碗.一天营业额约为1300，一个月利润约为22600元。

【经营模式】

主营营养彩面，可以结合彩色饺子、包子、馒头、馄饨等销售!篇三：咱家面馆创业计划书

企业名称：咱家面馆

创业者姓名：

日 期：

一、企业概况：

主要经营范围：面食，各种炒菜、拌菜炖菜及各种酒品。

企业类型：服务业。

二、创业计划者的个人情况：

1988年经济类大专毕业，1990年下岗开始经商，开过饭店、卖过化妆品、经营过超市、批发过烟酒和小食品及国际贸易，曾在广告公司和保健食品公司及企业策划公司打过工。1994年自学工商管理，20在广州学做企业策划和电脑知识，20学习syb。

三、市场评估：

本企业目标顾客是以中低收入人员为主要服务对象，他们个人月收入在八百元以下，本企业大多数消费者不会住在城市闹市区，他们选择在外面吃饭，主要以便宜的食品和酒类为主，还有一部分是家住在本企业周围五公里范围内随意而来的消费者。

本企业也会相对的提高档次，反而会随社会的经济好转，会有更多的低收入者和附近地区的人群加入到消费当中。

1.住宅社区：开面馆最好的选择，住宅社区的人口组成均匀，都以家庭为单位，出门用餐机率高，每一个家庭2-6人，座位应具有能足够容纳的环境，菜色选择也要丰富，装修必须花较多成本，才能满足大人与小孩的需求，消费以午餐、晚餐与假日为主，不会出现明显淡季与旺季之分。

2.工商业区：上班族群聚的地方，活动时间以白天为主，因此消费时机在于午餐，由于午餐时间并不长，而用餐都在11- 13点之间，对供应速度要求较高，工商业区用餐环境要求不高，讲求卫生清洁，服务态度要好，座位可以较密集，以容纳更多顾客，晚餐只有加班人用餐，如讲究你的特色面食，对晚餐营业有所帮助，每星期一至星期五是消费者集中时间，周六日则相对清淡。

3.学校园区：每年扣除休假只做九个月，以面馆只适合大学、专科学校，这类学校学生消费水平并不高，但是消费能力较高，学生消费族群容易受流行趋势改变，因此对菜色变化要求不断，对餐饮环境卫生要求较高，这是他们选择用餐地点的重要依据;午餐、晚餐、夜宵皆可做，都有生意上门;寒假暑假可能主要是周边人群消费，会相对冷清些，但利润绝对仍然能得到很好保证。

4.市场夜市：夜市人，各样各色人聚集之地，它综和娱乐、购物、餐饮等五花八门的行业，人流量较大，同时竞争也相对直接而且激烈，所以面馆要强力讲求特色，别人能做我能做，我做别人做不了!营业食间都以晚上为主，下午是准备材料：晚上从下午5点开始至零晨2点。逛夜市普通都想吃吃看，所以供应面的份量可以比一般少些，种类多些。

针对人群:时尚的年轻人、小孩、学生，以及喜欢吃面的家庭

【成本预算】

彩面投资成本小，市场广阔，基本上能够保证稳赚不赔，假定一家50平米的面馆，主要投资为：

早餐50碗，午餐120碗，晚餐90碗.一天营业额约为1300，一个月利润约为22600元。

面馆应该怎么开?详解餐饮巨头开面馆的成功模式

在餐饮寒冬里，面食品类，似乎蕴含着巨大的机遇：

深耕火锅25年的海底捞，将触角伸向了“面食”品类，继收购了一个面食品牌——hao noodle之后，又开出了首家快餐店!一碗面卖9.9元，人均19元!

作者白墨，有着10年餐饮品牌咨询经验，从一线城市的高端面食，到二三线城市的中端面食，再到下沉县城市场的接地气面食，都颇有研究，本文是他去年12月写的文章，挖掘了面食品牌的3个战略机会点，现在读来还是深受启发，希望对各位餐饮人有所帮助。

中国面食品牌竞争激烈，要做大做强，需要有“战略性思维”，接下来，我将火力全开，分析下中国面食的市场情况，挖掘出3个战略机会点，希望对你有所帮助!

战略机会一：

模式+文化创新，打造“面食+”

“

模式创新与文化创新：把品牌植入顾客心智。

”

面食品牌发展到一定阶段，都会遇到“周期红利”消失的风险，比如5年前，北上广深的一些面食快餐活的还不错，但是现在面馆竞争也非常激烈了，随着消费升级，面馆的模式越来越偏向正餐化，其实我们看看香港的快餐就知道了，比如大家乐，人均五六十，但是菜品很丰富。

一、模式创新：从场景消费入手，快餐轻正餐化

在这一方面，嗅觉最灵敏的是九毛九，他在几年前就开始升维创新，不断改变和进化顾客的消费场景，从而满足更多顾客的需求。

也许是看到西贝莜面村的成功，贾总能把一碗莜面硬是进化成人均120-150的正餐。九毛九一直在摆脱身上的山西标签，从山西面馆到山西手工面，再到手工面，最后直接改成了九毛九西北菜。

从一个快餐面馆，一步步通过模式创新，变成了轻正餐模式，由解决刚需进化到解决多人群多层级消费场景。

目前九毛九开了151家直营店，去年我调研的时候刚刚108家，当然开直营店是非常烧钱的，还好九毛九旗下的太二酸菜鱼大获成功，为集团公司输入了不少血液。

“刀削面+酱卤菜+炒菜”模式

其实在这个模式探索上，走的比较早也比较稳定的是北京的好嫂子刀削面。好嫂子刀削面在8年前，就是刀削面+酱卤菜+炒菜的模式，后来根据商圈选择，对菜品进行了优化调整。

目前人均消费在55-60元之间。早在多年前，好嫂子就推出了刀削面的黄金搭档：酱卤猪蹄和大骨头，还有排骨，可以整个卖，也可以按照块卖，一块九块钱。除此之外，还有一些民间农家菜。

当然这是很多面馆的进化趋势，但并不是唯一的道路。因为做习惯了快餐的面食企业，在融入正餐后，对供应链和厨房团队的协作掌控往往会变差。

“面食+爆品+小吃”模式

快餐进化成轻正餐后，门店就可以进社区了。但是还有一条出路，就是进商场mall或者交通驿站(机场、火车站等)，这时候可以做面食+爆品+小吃的模式。在这方面已经尝到甜头的是北京的三十六味、郑州的张老炝。

这两个面馆我都去体验过几次，二者十分类似，并且现在都在上升期。北京的三十六味，全称是：三十六味[匠猪蹄手工面]，之前他们团队做酱猪蹄是一绝。后来进军mall之后，加入了手工面，并融入一些简易小吃。

猪蹄做的色香味俱佳，十分诱人，我每次去吃都会打包一些，猪蹄不仅被打造成爆品，还融入了外带模式，一整套吃猪蹄的攻略都在包装盒里。这一点很佩服创始人林总想的周到。

甚至在逛商场时候，我经常看到年轻姑娘们提着三十六味的袋子。你替顾客多想一步，产品就会多卖一些。我有一次特意和他们服务员聊天，问一天能卖出多少份猪蹄?结果是将近300份!

好家伙，一个单品猪蹄的销售额达到了七八千元，这还是一家100平米左右的门店。

三十六味的人均是55元左右，跟好嫂子差不多。而位于郑州的张老炝烩面人均是35元左右，这跟城市差异有关。一走进门店内，映入眼帘的明档上摆满了猪蹄，跟三十六味很相似。与此模式类似的还有深圳的老碗会，除了招牌biangbiang面，还重点打造了烧烤档口，以小份烤羊腿和羊肉串拉动人均消费。

三十六味与张老炝通过面食+爆品+小吃的模式，非常受年轻顾客的喜欢。所以做面食品牌，如果达不到九毛九的境界，倒是可以参考这两个品牌，但前提是，你的爆品一定要足够好才行，那些本身看家菜品都做不好的餐饮人，就不要怪市场无情了。

二、文化创新：新国潮文化

说完面食品牌的模式创新，我再谈谈文化创新。比如无敌家，塑造的是日式文化，而和府捞面则塑造了十分流行的新国潮文化。

在此，我重点分析下和府捞面。

在和府捞面之前，中国的主流中高端面条，应该算是味千拉面和康师傅私房牛肉面了，很多人想不到是，一碗捞面条竟然可以卖到40多元?吃碗捞面条的代价也太高了吧!

和府捞面的文化格局是非常大的，加上背后资本的助力，它将来一定是要走到海外的。其实捞面本身是非常稀松平常的食物，怎么包装都觉得不够高大上。

然而和府捞面另辟蹊径，将中国的传统书房场景搬到了餐厅，你想啊，人们大多都是附庸风雅的，就像每个老板的背后都有一个书架。

顾客在和府吃饭，似乎可以沾染文化气息，似乎也能够提升自己的品味。家长带孩子去吃饭，感觉可以教育下一代。这种错觉，会让很多人无形中被催眠，会加大对自我的认同感。如果有两家餐厅，价格一样，一个环境很普通，那你很有可能会选择和府捞面。

和府捞面之前的风格还相对传统，最新升级的品牌形象，直接走国潮风路线了。深受都市白领们的喜爱。

他们整个运营团队基本上都是跨界者。李总从一开始的格局就是全球化，正如他所说的：“和府绝对不是一个卖面条的，而是中国美食文化的传播者，和府代表的是一种生活方式”。

文化虽然是外衣，但是和府的产品研发是非常苛刻的，至少在我这里，如果无敌家可以得95分，那么和府的面条至少可以得85分。

其实，这就是文化的力量!中国还有很多文化可以挖掘包装，可以嫁接到美食上。如果你的面馆在产品上非常强，又想做出差异化，不妨在文化上大力创新。

和府的扩张战略是：2024年12月，门店突破1000家。我们拭目以待吧。

战略机会二：

看清城市格局，把握人口红利

“

城市格局和人口红利：让品牌跃迁成为可能。

”

其实每一个段位的面食品牌，都有自己的领地，毕竟一方水土养育一方人，特别是北方，比如：山西、陕西、河南都有很多特色面食，因此形成了很多区域面食品牌。

一、人口流动红利，要做“改良派”走出去

后来去广东出差，发现深圳、广州、东莞有很多陕西特色面食品牌，比如深圳的老碗会，东莞的秦关面道，广州的大师兄，这几个品牌动辄都有十几家，甚至是几十家直营店，并且是在一个城市。反而是广东本地的竹升面、牛杂面并没有形成品牌规模。

很多人判断一个品类能否有生存土壤，总是说“南方人不吃这个东西，北方人不吃这玩意儿”，这就是观察者偏差形成的认知陷阱。

比如深圳、广州的外来人口特别多，这里聚集了大量南下的北方人，加上这两个城市每天的流动人口又非常大，有大量的商旅人群，足以支撑这些北方面食在此扎根生存。

还有东莞的秦关面道，在东莞一个城市就有40多家直营店，分布在城区以及28个乡镇。东莞一共有800多万人，但是外来流动人口排名全国第一，说句毫不夸张的话，如果你在东莞大街上遇到10个人，那么就有7个是外地人。

根据相关资料统计，东莞本地户籍人口仅占24%，大概是211万人。外来人口比例如此之高，让这座城市包容性特别强，这里诞生了不少非本地美食的品牌，除了秦关面道，还有湘菜代表品牌“湘阁里辣”，依然开了几十家门店，年营收破10个亿(数据来自我另一个湘菜客户口述，因为湘阁里辣创始人是他姐夫)。

秦关面道和湘阁里辣在东莞已经深耕了十几年了，发展到几十家门店比较正常，但是深圳的老碗会成立于20，短短5年，在深圳就开出了几十家直营店。

也就是说，如果你想在全国范围内，找到一个臊子面或者油泼面规模化的品牌，它一定不在发源地陕西，一定在一线或者新一线城市。比如油泼面代表品牌，是北京的陕味食族油泼面，有70+门店。

二、发力人口密集大城市，品牌规模化的流量基础

你想啊，整个陕西省那么大面积，但是只有3800多万人口，而西安就将近1000万人。人口分布如此不均匀，餐饮就不可能规模化发展。所以人口密集的大城市，让品牌规模化发展有了流量基础。

从陕西入函谷关，就到了河南。河南跟陕西相比，人口密度足够大，所以能够诞生阿利茄汁面这样的规模化餐饮品牌，在河南以及周边城市，可以开出200家店来。

阿利茄汁面可以规模化发展，一来是做的时间长，二来是直营+加盟模式同时发展。但更重要的因素，是郑州及周边的人口红利。郑州不仅河南人多，外来流动人口依然非常大，比如海底捞从成都北上西安后，紧接着就开启东进战略，把大本营放到郑州了，郑州的火锅市场非常发达，因为这里有很多四川人。同样这里还有很多河北人、山西人、湖北人、山东人等。

巴奴毛肚火锅的创始人杜总，就是从河北邯郸先去河南安阳发展，然后做了好多年后，战略中心转移到了郑州。

郑州的人口红利和包容性，让巴奴可以快速发展起来。后来巴奴去无锡开店、去北京开店、又去上海开店，一样是因为这些城市的包容性和人口红利。郑州本地的传统面食是烩面，但是门店最多的却是做刀削面的阿利。

为什么阿利可以做出规模化?因为在郑州，没有刀削面领导品牌，但是却有庞大的吃刀削面的人群。为什么这么说?比如我老家登封市是郑州的下辖县级市，但是这里的炒刀削面非常有市场，甚至很多外地人来登封，都要吃一碗炒刀削面，我从小吃刀削面次数比烩面次数多。

在河南，烩面竞争就比较激烈了，满大街都是，老派烩面和新派烩面都有代表性品牌。

三、在品类发源地开面馆，要选择错位竞争

再说个例子，是我倾注好几年心血，服务的另一个面食品牌，叫“谷鹏麻鸭面”，为了扶持该品牌，我甚至把这个案例放到了我已出版的《餐饮品牌塑造》一书中。

为什么举这个例子?从它有两家店的时候我就介入了，现在发展了20多家门店。虽然门店数不多，但是谷鹏的门店基本上都在河南安阳周边的县城，并且盈利能力还很不错。

谷鹏麻鸭面诞生在河南安阳下面的县城：滑县。滑县距离郑州不远，属于豫北地区，这里的传统面食依然是烩面。滑县虽然是县，但是人口基数非常大，有多大哪?我们知道普通的县城一般是30-50万人口，甚至一些小县城只有十几万人，但是滑县有138万人。滑县在河南县城中，人口还不是最多的，排名前三的是：邓州(178万人)、固始(177万)、永城(156万)，对，它们都是一个县城而已。

其实，作为创新面食，人口红利是基本流量，还有一个关键因素，是外出流动人口比例。滑县的外出流动人口有30万，固始的外出流动人口达到了70万!有了庞大的流动人口，他们走到祖国的天南地北，适应了很多地方的美食，这让他们对很多美食有了更强的包容性，他们对新事物的接触意愿就比别的地方强很多。

麻鸭面，其实是谷鹏的品类名称，是谷鹏先生自己发明的。本质是麻辣的鸭肉面。我当时接触这个项目的时候，就感觉他的品类切入点太牛了，因为麻辣味道是大众味道，而麻辣鸭肉就根本不用教育市场了，看看绝味鸭脖和周黑鸭，就知道这个品类有多大的粉丝群。

谷鹏的麻鸭面是在河南烩面基础上改良的，这是为了进行本土化改造。

比如保留了烩面熬汤的工艺，烩面用羊骨头熬汤，麻鸭面则用大骨和鸭架熬汤，同时保留了烩面里经常放的配菜：粉条和豆皮(河南人叫千张)。结果这种改良面食，在滑县大受欢迎，一个300平米的门店，巅峰时期，曾经卖出一天3万的营业额。而该门店房租一年不到10万元。

因为谷鹏，麻鸭面火遍安阳。后来谷鹏新开的门店，好几个都是接手的倒闭烩面馆，谷鹏的火热，让豫北地区诞生了很多麻鸭面品牌，让品类市场更加繁荣了。

他四次跳槽后创业开面馆，三年只涨一次价，生意火爆

来自高密的刘砚强毕业于山东财政学院外贸专业。他在跳了四次槽仍没有找到合适的工作后，决定自己创业，在汶水路开了一家不到20平米的面馆，从刚开始的门可罗雀到后来的门庭若市，他经历了无数艰难。

刘砚强从山东财政学院外贸专业本科毕业后，面对扩招后越来越多的大学本科毕业生，他始终找不到合适的工作,四次跳槽。那时他已经28岁，想想未来，他开始失眠。一次聚会时，他听朋友说有人在江西路开着一家小面馆，一个月能有近万元的收入，平时爱做饭的他就萌生了开面馆自己创业的念头。

“门店不能开得太偏，那样没人去吃，开在闹市区，又付不起高额的房租。”刘砚强说，房租一年一万五，地方虽有些偏，但周围有很多货代公司，上班族不少，还靠近学校，这样能保证顾客的数量。

刘砚强去别人的面馆参观取经，又从朋友家借来光盘学习，慢慢摸索到了做面的窍门。他掏光了所有的积蓄又找亲戚借了一些钱，凑够3万块钱后，面馆开张了。房租、冰箱、桌凳、锅碗瓢盆花光了剩余的资金。简简单单不到20平米的面馆，除去厨房，只能放下5张桌子，他找来朋友的摄影作品挂在墙上，还有朋友特意给他写了一幅“一碗汤面”的书法，面馆的角落里摆着鱼缸养着巴西龟，小小的面馆在他的布置下渐渐有了温馨的味道。

刚开始创业,一切都要从零开始。每天早晨7时，他都要去团岛早市采购新鲜的蔬菜和牛肉，创业资金并不富裕的他为了节约成本，会和菜贩子一分一分钱地砍价。

为了让自己的面好吃，他在面里加鸡蛋增加口感，用洋葱、西红柿炖汤增加营养，自己去市场挑选牛肉回来炖制，为了能做好卤蛋他用光了两箱鸡蛋做实验。

刚开始时就他一个人干活，他一天，哪怕是一刻也不敢离开他的面馆。“面馆开着才能赚钱，关门就一分钱也赚不到”，每次想到这，他就打消了休息的念头。所有这些，还都不算大问题，最让他焦虑的是物价，佐料、牛肉、煤气……一切都压得他喘不过气来，他实在拿不出钱来雇人，只有在中午忙不过来时，他会用一中午20元钱的工资请个大姐来端面。

随着物价上涨，他开始在牛肉面涨价与否的问题上纠结，然而，他扛住了一切，这3年中他只涨了一次价，回头客越来越多，除了平时的常客，周末常有一家三口开车专门来吃他的面。

3年前，开连锁店或者分店曾是刘砚强很遥远的梦想。“每月能赚个七八千块钱，我就很知足了，到时候能有钱付上房子首付，在青岛定居，再有钱了就买辆车。”这是他当时最现实的目标。现在，他的生意也逐渐走上正轨，每个月都有5万左右的净收入，整体收益比较可观。刘砚强买房买车这些都已经实现了。也希望他将来的生意蒸蒸日上，越来越红火。

开面馆创业计划

**面馆的创业计划书的简介篇三**

主要经营范围：面食，各种炒菜、拌菜炖菜及各种酒品。

企业类型：服务业。

19xx年经济类大专毕业，1990年下岗开始经商，开过饭店、卖过化妆品、经营过超市、批发过烟酒和小食品及国际贸易，曾在广告公司和保健食品公司及企业策划公司打过工。19xx年自学工商管理，20xx年在广州学做企业策划和电脑知识，20xx年学习syb。

本企业目标顾客是以中低收入人员为主要服务对象，他们个人月收入在八百元以下，本企业大多数消费者不会住在城市闹市区，他们选择在外面吃饭，主要以便宜的食品和酒类为主，还有一部分是家住在本企业周围五公里范围内随意而来的消费者。

本企业的方针是快捷、卫生、方便、便宜。

在方圆五公里内的市场占有率，要在三个月内达到百分之二十，这是基本目标。

针对上述城市（每个城市的百分之八十是低收入者）众多的人群，潜在的市场容量不会随社会的经济条件转好而步入高档市场，因为，社会经济好转的同时，本企业也会相对的提高档次，反而会随社会的经济好转，会有更多的低收入者和附近地区的人群加入到消费当中。

1住宅社区：开面馆最好的选择，住宅社区的人口组成均匀，都以家庭为单位，出门用餐机率高，每一个家庭2—6人，座位应具有能足够容纳的环境，菜色选择也要丰富，装修必须花较多成本，才能满足大人与小孩的需求，消费以午餐、晚餐与假日为主，不会出现明显淡季与旺季之分。

2工商业区：上班族群聚的地方，活动时间以白天为主，因此消费时机在于午餐，由于午餐时间并不长，而用餐都在11—13点之间，对供应速度要求较高，工商业区用餐环境要求不高，讲求卫生清洁，服务态度要好，座位可以较密集，以容纳更多顾客，晚餐只有加班人用餐，如讲究你的特色面食，对晚餐营业有所帮助，每星期一至星期五是消费者集中时间，周六日则相对清淡。

3学校园区：每年扣除休假只做九个月，以面馆只适合大学、专科学校，这类学校学生消费水平并不高，但是消费能力较高，学生消费族群容易受流行趋势改变，因此对菜色变化要求不断，对餐饮环境卫生要求较高，这是他们选择用餐地点的重要依据；午餐、晚餐、夜宵皆可做，都有生意上门；寒假暑假可能主要是周边人群消费，会相对冷清些，但利润绝对仍然能得到很好保证。

4市场夜市：夜市人，各样各色人聚集之地，它综和娱乐、购物、餐饮等五花八门的行业，人流量较大，同时竞争也相对直接而且激烈，所以面馆要强力讲求特色，别人能做我能做，我做别人做不了！营业食间都以晚上为主，下午是准备材料：晚上从下午5点开始至零晨2点。逛夜市普通都想吃吃看，所以供应面的份量可以比一般少些，种类多些。

针对人群：时尚的年轻人、小孩、学生，以及喜欢吃面的家庭

【收益分析】早餐50碗，午餐120碗，晚餐90碗。一天营业额约为1300，一个月利润约为22600元。

【经营模式】主营营养彩面，可以结合彩色饺子、包子、馒头、馄饨等销售！

**面馆的创业计划书的简介篇四**

“一碗小面，二两刚好，三种味道，四方来要，五张凳子，六个人吃，七种调料，八勺辣椒。”这是典型的食重庆小面的场景，重庆小面不同于各地区的面食，其简单便宜又美味，味道以麻、辣、鲜为主，独具重庆特色。清早起来，街边的面摊格外红火，尽管堂子装修的不好，甚至没有堂子，美女在这个时候也从不顾及自己的熟女形象吃着那是个香;西装革履的绅士，放下公文包呼-呼-呼三下五除二的就把一碗重庆小面吃尽，面摊前，男女老少。有白领、有棒棒、有小学生等等形形色色的人聚在一起不论身世不论地位为的就是一碗重庆小面。

一、项目概况—面馆概况

(1)选项理由：

2、需求旺盛：对于重庆本地人早餐小面是必选，同时小面也是不同群体午(上班族)、晚(学生等)餐的偏好选择;对于外地观光旅游的人，也是必要尝尝独具重庆特色的小面的，需求群体不受地区、年龄、职业等因素限制。

3、供给不足：虽然在重庆到处可见各色的小面馆，但是色香味俱全尤其是味道正宗的却并不多，通常在某一区域内，味道最好的不过一两家，因此，符合重庆口味的小面馆供给是不够的。

4、小面馆投资成本低、所需流动资产少、见利快，符合起步创业不多的投资者

(2)面馆名称：

xxxx小面馆(简单、顺口且易广泛传播)

(3)经营范围：

产品：小面、矿泉水及饮料、报纸和杂志

服务：提供早、中、晚餐饮及就餐期间的读报看杂志的服务

文化：力争顾客吃得安心、舒心、放心

(4)管理结构：

厨师：负责煮面和小面味道的探究和开发服务员：负责面馆日常的清洁和服务工作

二、创业者个人状况(省略)

三、市场评估

(1)目标顾客—面馆选址

住宅社区和学校园区的结合部(如南岸区的四五公里的地段)：住宅社区的人口组成均匀，都以家庭为单位，出门用餐机率高，每一个家庭2-6人，消费以早餐、晚餐与假日为主;这部分目标是相对稳定;。学校园区里的学生是很大一部分目标顾客，一般学校的食堂大多不能很好的满足学生的需求，很多同学一周有几次都会出来吃饭，这样在基数很大的前提下，每天的学生顾客也会有很多，同时他们主要是已晚餐为主，这样，选择住宅社区和学校园区的结合部，以社区家庭和学生为目标顾客群体，受众面广，一天中不同时段的顾客流相对稳定，易于管理。

(2)市场容量—面馆设计

面馆面积大约在60平米左右，厨房大约在20平左右，在40平的空间里可以摆放方型餐桌大约10个，这样大约一次性可容纳40-50人，这样的容量应该满足目标顾客群的需要;面馆的内部装修和设计很重要，因为根据实际看市场上的大多面馆几乎是没有什么装修设计的，这是重庆小面馆的一个很大缺陷，这样不利于形成“回头客”，这样不利于长期稳定的经营，所以，首先在面馆的装修设计上要舍得花时间、经历和钱财，其次在具体设计里，依目标顾客设计，在色调上应该已简单、淡雅的暖色系为主;餐桌和餐椅要配合主色调，材质上选择木质的比塑料的更佳;就餐餐具的选择也很重要，合适大小且特色的面碗，同时最好配备消毒净化机。必须充分利用好面馆就餐环境这一可以改造成很独特的优势来帮助扩大市场容量。

(3)swot分析(附表1)

四、市场营销计划

(1)新店开张活动

(2)产品

产品营销以主要做好小面味道为重，辅之店面室内舒服干净温馨的环境和真诚为顾客服务的服务理念，做好小面的味道，首先采购的材料的数量要全，质量要好，对于重庆的一份下面，每一份作料都必不可少而且一定是好的材料才能保证味道;其次，对于主要负责做面的厨师来说，最好招聘那些中年的阿姨，看其制作过程似乎每个人都可以做，但是做出的味道却是很不同，所以根据经验(市场考察)中年的女阿姨做出的面的味道相对比较好。饮食对于顾客最讲究的应该是要求吃的放心，及要求环境和食品的干净，所以针对这一最大需求，店面室内的合适合理的装修是必须的，同时根据现存小面的市场情况，很小有店面具备餐具消毒器，补其所缺，完善自我。真诚的服务也是吸引抓住顾客的一个重要的方面，不仅要吃的放心，而且重要的吃的开心。

(3)价格

根据市场实际情况制定价格(不低于市场价格)

**面馆的创业计划书的简介篇五**

主要经营范围：面食，各种炒菜、拌菜炖菜及各种酒品。

企业类型：服务业。

1988年经济类大专毕业，1990年下岗开始经商，开过饭店、卖过化妆品、经营过超市、批发过烟酒和小食品及国际贸易，曾在广告公司和保健食品公司及企业策划公司打过工。1994年自学工商管理，2024年在广州学做企业策划和电脑知识，2024年学习syb。

本企业目标顾客是以中低收入人员为主要服务对象，他们个人月收入在八百元以下，本企业大多数消费者不会住在城市闹市区，他们选择在外面吃饭，主要以便宜的食品和酒类为主，还有一部分是家住在本企业周围五公里范围内随意而来的消费者。

本企业的方针是：快捷、卫生、方便、便宜。在方圆五公里内的市场占有率，要在三个月内达到百分之二十，这是基本目标。

针对上述城市（每个城市的百分之八十是低收入者）众多的人群，潜在的市场容量不会随社会的经济条件转好而步入高档市场，因为，社会经济好转的同时，本企业也会相对的提高档次，反而会随社会的经济好转，会有更多的低收入者和附近地区的人群加入到消费当中。

选择也要丰富，装修必须花较多成本，才能满足大人与小孩的需求，消费以午餐、晚餐与假日为主，不会出现明显淡季与旺季之分。

2.工商业区：上班族群聚的地方，活动时间以白天为主，因此消费时机在于午餐，由于午餐时间并不长，而用餐都在11-13点之间，对供应速度要求较高，工商业区用餐环境要求不高，讲求卫生清洁，服务态度要好，座位可以较密集，以容纳更多顾客，晚餐只有加班人用餐，如讲究你的特色面食，对晚餐营业有所帮助，每星期一至星期五是消费者集中时间，周六日则相对清淡。

3.学校园区：每年扣除休假只做九个月，以面馆只适合大学、专科学校，这类学校学生消费水平并不高，但是消费能力较高，学生消费族群容易受流行趋势改变，因此对菜色变化要求不断，对餐饮环境卫生要求较高，这是他们选择用餐地点的重要依据；午餐、晚餐、夜宵皆可做，都有生意上门；寒假暑假可能主要是周边人群消费，会相对冷清些，但利润绝对仍然能得到很好保证。

4.市场夜市：夜市人，各样各色人聚集之地，它综和娱乐、购物、餐饮等五花八门的行业，人流量较大，同时竞争也相对直接而且激烈，所以面馆要强力讲求特色，别人能做我能做，我做别人做不了!营业食间都以晚上为主，下午是准备材料：晚上从下午5点开始至零晨2点。逛夜市普通都想吃吃看，所以供应面的份量可以比一般少些，种类多些。

针对人群:时尚的年轻人、小孩、学生，以及喜欢吃面的家庭

【成本预算】

彩面投资成本小，市场广阔，基本上能够保证稳赚不赔，假定一家50平米的面馆，主要投资为：

【收益分析】

早餐50碗，午餐120碗，晚餐90碗。一天营业额约为1300，一个月利润约为22600元。

【经营模式】

主营营养彩面，可以结合彩色饺子、包子、馒头、馄饨等销售！

**面馆的创业计划书的简介篇六**

1.煮面炒面，口感还是面正好。

2.实惠客留香，源自面正面。

3.好面面正面，好吃天天见。

4.面香汤更香，吃面别忘喝汤。

5.面正面馆，管你好吃。

6.好吃就是面正面。

7.面品万千，正面更鲜。

8.正宗好面，营养香传。

9.一碗好面，正在等你。

10.面面俱正点，条条皆好吃。

11.根根面正，缕缕传情。

12.面正好味来，营养更健康。

13.营养面，健康面，面面俱到。

14.优质面材，独领香韵。

15.好面面正面，百吃都不厌。

**面馆的创业计划书的简介篇七**

1。住宅社区：开面馆最好的选择，住宅社区的人口组成均匀，都以家庭为单位，出门用餐机率高，每一个家庭2—6人，座位应具有能足够容纳的环境，菜色选择也要丰富，装修必须花较多成本，才能满足大人与小孩的需求，消费以午餐、晚餐与假日为主，不会出现明显淡季与旺季之分。

2。工商业区：上班族群聚的地方，活动时间以白天为主，因此消费时机在于午餐，由于午餐时间并不长，而用餐都在11－13点之间，对供应速度要求较高，工商业区用餐环境要求不高，讲求卫生清洁，服务态度要好，座位可以较密集，以容纳更多顾客，晚餐只有加班人用餐，如讲究你的特色面食，对晚餐营业有所帮助，每星期一至星期五是消费者集中时间，周六日则相对清淡。

3。学校园区：每年扣除休假只做九个月，以面馆只适合大学、专科学校，这类学校学生消费水平并不高，但是消费能力较高，学生消费族群容易受流行趋势改变，因此对菜色变化要求不断，对餐饮环境卫生要求较高，这是他们选择用餐地点的重要依据；午餐、晚餐、夜宵皆可做，都有生意上门；寒假暑假可能主要是周边人群消费，会相对冷清些，但利润绝对仍然能得到很好保证。

4。市场夜市：夜市人，各样各色人聚集之地，它综和娱乐、购物、餐饮等五花八门的行业，人流量较大，同时竞争也相对直接而且激烈，所以面馆要强力讲求特色，别人能做我能做，我做别人做不了！营业食间都以晚上为主，下午是准备材料：晚上从下午5点开始至零晨2点。逛夜市普通都想吃吃看，所以供应面的份量可以比一般少些，种类多些。

针对人群：时尚的年轻人、小孩、学生，以及喜欢吃面的家庭

【成本预算】

彩面投资成本小，市场广阔，基本上能够保证稳赚不赔，假定一家50平米的面馆，主要投资为：

彩面制作设备：2～4000

厨房设备：6000

店内装修及配备：10000

人员工资：4000

流动资金：1800

水电气：1000

开业宣传：1000

房租：3000－5000

转让费：0－60000（铺面转租后仍能回收）

总投资约为：30000～80000

【收益分析】

早餐50碗，午餐120碗，晚餐90碗。一天营业额约为1300，一个月利润约为22600元。

【经营模式】

主营营养彩面，可以结合彩色饺子、包子、馒头、馄饨等销售！

文档为doc格式

**面馆的创业计划书的简介篇八**

1.名称：xx品尝面馆

2.投资金额：120万元/100m2

3.定位：中端特色快餐

4.经营模式：将陕西特色面食与地方口味相结合，注入三秦文化和校友情怀，增加产品附加值，打造美味、卫生、快捷的特色面食餐厅；实现口碑和财富双赢，逐步转向品牌营销。

二、融资方式

这个项目的筹资方式是校友众筹。众筹目标是18岁以上的xx大学校友(包括原xx公路交通大学、xx工程学院、西北建筑工程学院校友)，聚集50~100名校友股东，募集资金约120万；众筹详情见详细计划。

三、经营主体

众筹后，昌达新疆集团有限公司成立(暂定，随后确定名称)，以集团为项目运营主体，以庞大的校友群体为基础，搭建创业众筹平台，通过项目的挖掘、评估和投资，实现产品多元化和投资多元化，最终发展成为以投资项目为主，具体项目为辅的战略投资公司，走向正规化和潜力无限的商业阶段。中xx中土；味面馆是公司投资运营的第一个项目；详见详细计划。

四、项目的可行性

众所周知，餐饮业具有门槛低、利润率高、回报快的特点；本次表彰的对象是xx大学校友。xx是我们共同的记忆。每个校友对陕西面食的体验都不一样。它不仅是一道美食，还蕴含着我们强烈的校友情怀；所以这个众筹项目选择陕西面馆作为切入点。几位热心的校友也对有乌鲁木齐特色的陕西餐厅做了调查。新疆人普遍爱吃面食，陕西面食在新疆很大程度上被接受。只要在选址、口味、卫生、特色、服务等方面下功夫，就一定会成功。可行性研究见详细计划。

五、餐厅管理模式

由10名或10名以下民选董事组成的董事会负责公司的重大决策和决议。成立专门的管理团队和监督团队。本着民主、公平、公开、公正的原则，制定公司管理章程，严格按照公司章程和公司长远规划执行，并制定股东权益管理制度。管理详情见详细计划。

六、项目实施

该项目按以下顺序实施：

(1)齐心协力，进行第一轮众筹；

(2)成立公司，组建团队；确定董事会章程和管理制度；

(3)完成餐厅经营的相关手续；

(4)装修、采购、招聘、配方制定、定价；

(5)预宣传；

(6)试运行和正式运行。各实施阶段的详细安排见详细计划。

七、风险和收益

生产中的主要风险有：

1.食品安全；

2.安全生产。

主要财务风险有：

1.成本失控；

2.销售额没有达到预期。

面馆初期总投资120万元。分红根据实际经营情况计算，不低于净利润的30%用于分红。和储备公司发展基金。

**面馆的创业计划书的简介篇九**

1、郎三杰，味道好特别。

2、郎三杰面条，舌尖新佳肴。

3、中国面，特色面——郎三杰。

4、郎三杰，一口香到底。

5、郎三哥——家的杰作。

6、秘制烩经典，郎三杰首选。

7、舌尖中国香，美味郎三杰。

8、郎三杰奇妙，朋友早报到。

9、郎三杰面条，色香味协调。

10、郎三杰，美味不停歇。

11、吃面还是郎三杰好。

12、秘制面条，美味格调。

13、三杰男人，一碗好面。

14、特色佳肴——郎三杰。

15、中国味道，郎三杰。

16、特色餐，吃了好。

17、品位郎三杰，会饮食豪杰。

18、中国好面馆——郎三杰。

19、中国人，就吃郎三杰中餐。

20、健康呈现，不止一面。

21、中国面馆，郎三杰。

22、郎三杰面，特别想念。

23、好面有特色，还吃郎三杰。

24、食尚聚特色，优品郎三杰。

25、朗三杰，只做好牛杂面。

26、面中自有郎三杰。

27、郎三杰面，再来一碗。

28、郎三杰，上好味。

29、郎选三杰，享用三餐。

30、面品郎三杰，世世做人杰。

31、三时三餐，面面俱到。

32、郎三杰，有面不一样。

33、郎三杰，确实好吃一点。

34、特色美味妙，郎三杰智造。

35、健康食尚，我最闪亮。

36、吃特色面，找郎三杰。

37、好人做好面——郎三杰。

38、一郎三杰出，只为面争鲜。

39、朗三杰，一个有味的地方。

40、郎三杰，特别香。

41、特美味，朗三杰。

42、特色郎三杰，面香管饱咥。

43、让舌尖狂欢的郎三杰。

44、相约三杰，面面俱到。

45、郎有三杰，面面俱到。

46、美味面三绝，就吃郎三杰。

47、去哪儿吃饭，还是郎三杰。

48、面郎三杰，牛味一绝。

49、遇见郎三杰，就歇歇。

50、郎才美面，三香杰作。

51、郎三杰，一面传真情。

52、早餐美一口，郎三杰里走。

53、郎三杰，给你好口味。

54、郎三杰美味，经典又实惠。

55、面郎三杰，秘制一绝。

56、不需八拜，只求一面。

57、郎三杰，美味不止一面。

58、郎三杰，就是特色味。

59、人有三杰，面有郎三杰。

**面馆的创业计划书的简介篇十**

面食是一个地方的特色饮食，面馆的开设会较为受人欢迎，下面面馆的创业计划书是小编想跟大家分享的，欢迎大家浏览。

“一碗小面，二两刚好，三种味道，四方来要，五张凳子，六个人吃，七种调料，八勺辣椒。”这是典型的食重庆小面的场景，重庆小面不同于各地区的面食，其简单便宜又美味，味道以麻、辣、鲜为主，独具重庆特色。清早起来，街边的面摊格外红火，尽管堂子装修的不好，甚至没有堂子，美女在这个时候也从不顾及自己的熟女形象吃着那是个香;西装革履的绅士，放下公文包呼-呼-呼三下五除二的就把一碗重庆小面吃尽，面摊前，男女老少。有白领、有棒棒、有小学生等等形形色色的人聚在一起不论身世不论地位为的就是一碗重庆小面。

(1)选项理由：

2、需求旺盛：对于重庆本地人早餐小面是必选，同时小面也是不同群体午(上班族)、晚(学生等)餐的偏好选择;对于外地观光旅游的人，也是必要尝尝独具重庆特色的小面的，需求群体不受地区、年龄、职业等因素限制。

3、供给不足：虽然在重庆到处可见各色的小面馆，但是色香味俱全尤其是味道正宗的却并不多，通常在某一区域内，味道最好的不过一两家，因此，符合重庆口味的小面馆供给是不够的。

4、小面馆投资成本低、所需流动资产少、见利快，符合起步创业不多的投资者

(2)面馆名称：

xxxx小面馆(简单、顺口且易广泛传播)

(3)经营范围：

产品：小面、矿泉水及饮料、报纸和杂志

服务：提供早、中、晚餐饮及就餐期间的读报看杂志的服务

文化：力争顾客吃得安心、舒心、放心

(4)管理结构：

厨师：负责煮面和小面味道的探究和开发服务员：负责面馆日常的清洁和服务工作

(1)目标顾客—面馆选址

住宅社区和学校园区的结合部(如南岸区的四五公里的地段)：住宅社区的人口组成均匀，都以家庭为单位，出门用餐机率高，每一个家庭2-6人，消费以早餐、晚餐与假日为主;这部分目标是相对稳定;。学校园区里的学生是很大一部分目标顾客，一般学校的食堂大多不能很好的满足学生的需求，很多同学一周有几次都会出来吃饭，这样在基数很大的前提下，每天的学生顾客也会有很多，同时他们主要是已晚餐为主，这样，选择住宅社区和学校园区的结合部，以社区家庭和学生为目标顾客群体，受众面广，一天中不同时段的顾客流相对稳定，易于管理。

(2)市场容量—面馆设计

面馆面积大约在60平米左右，厨房大约在20平左右，在40平的空间里可以摆放方型餐桌大约10个，这样大约一次性可容纳40-50人，这样的容量应该满足目标顾客群的需要;面馆的内部装修和设计很重要，因为根据实际看市场上的大多面馆几乎是没有什么装修设计的，这是重庆小面馆的一个很大缺陷，这样不利于形成“回头客”，这样不利于长期稳定的经营，所以，首先在面馆的装修设计上要舍得花时间、经历和钱财，其次在具体设计里，依目标顾客设计，在色调上应该已简单、淡雅的暖色系为主;餐桌和餐椅要配合主色调，材质上选择木质的比塑料的更佳;就餐餐具的选择也很重要，合适大小且特色的面碗，同时最好配备消毒净化机。必须充分利用好面馆就餐环境这一可以改造成很独特的优势来帮助扩大市场容量。

(3)swot分析(附表1)

(1)新店开张活动

(2)产品

产品营销以主要做好小面味道为重，辅之店面室内舒服干净温馨的环境和真诚为顾客服务的服务理念，做好小面的味道，首先采购的材料的数量要全，质量要好，对于重庆的一份下面，每一份作料都必不可少而且一定是好的材料才能保证味道;其次，对于主要负责做面的厨师来说，最好招聘那些中年的阿姨，看其制作过程似乎每个人都可以做，但是做出的味道却是很不同，所以根据经验(市场考察)中年的女阿姨做出的面的味道相对比较好。饮食对于顾客最讲究的应该是要求吃的放心，及要求环境和食品的干净，所以针对这一最大需求，店面室内的合适合理的装修是必须的，同时根据现存小面的市场情况，很小有店面具备餐具消毒器，补其所缺，完善自我。真诚的服务也是吸引抓住顾客的一个重要的方面，不仅要吃的放心，而且重要的吃的开心。

(3)价格

根据市场实际情况制定价格(不低于市场价格)

**面馆的创业计划书的简介篇十一**

具体操作如下：

（第一个3年计划）

第一年以广州为中心。把现在这家店重新装修，扩大营业面积，设计统一的门店形象和装修风格，给顾客一种轻松，开心的就餐环境，员工着装统一，突出地方色彩。同时招聘人员，培训人员，储备人才。马上在开两家店，最好同一天开业。至于开店选址已经有地方了，同时我们还要筹建自己的面条生产车间，研发中心和配送中心。因为我们面馆的面条都是我们自己生产，这样既保证了质量也节省了成本，也为我们以后发展打了很好的基础。因为后勤有保障了。前方发展才会更快更好。等车间的运转正常之后。我们就要马上在开3家店。等这3家店开好之后。我们就要向深圳和东莞发展了。目标40家。因为我们的投资小，开店地方好找，经营比较灵活，所以没有什么困难。第二年。以广州、深圳、东莞三地为中心。向周边地区扩展。比如中山、珠海、佛山、潮汕地区和粤西地区。目标60家（不包括去年的店）。覆盖广东80%的地区。第三年我们的目标就是向全国扩张。目标80家。

（第二个3年计划）：

当我们把全国这盘大棋铺开之后，我们就要去巩固和占领这些市场了。各分公司以各省会为中心，向周边地区扩展。实行自营和加盟两条腿走路。还可以收购和兼并各地小的饮食公司。另外我们的面条半成品可以用包装包好，用我们的品牌直接进各大超市销售，就像‘味千拉面’一样。这个市场也比较大。利润也很可观。第一年的目标总店数250家。第二年我们的目标是向香港和澳门这两个城市发展。这个过程会比较久一点，因为这两个城市的餐饮市场我们不了解，包括开店选址，目标消费群。饮食文化等，我们都要详细的做一份市场调查和详细的开店计划才可以去开店的。做到因地制宜、灵活经营的方式。用一年时间在这两个城市各开5家店。包括建立自己的配送中心和研发中心等。内地开店总数达到320家。第三年就是我们战略计划的目标数400家。

这个时候投资商会问，开店速度那么快，6年400家。会不会风险很大，店面管理，人员储备方面能不能跟的上。是不是有点方夜谭。那么我可以很负责任的告诉大家，不是。因为我们的经营模式，管理方式和人才招聘、培训、管理、储备都是不一样的。究竟是什么不一样呢。下面我就来详细的说一下。

经营模式：

本项目所有的连锁店都是以自营为住，不提倡开加盟店，如果开加盟店也可以，控股权必须要在我们手里。这样我们就可以保证我们的所有店面的管理的统一性。也不会对我们的品牌带来负面影响，如果控股权在加盟商手里的话，我们就不能保证了。但是加盟商好的建议我们就要认真去听。

人员管理和招聘：我们的人员招聘工作可以请专业的餐饮服务公司针对我们的要求进行招聘、培训。但是在人才管理上我们就实行财富倍增计划和老板培训计划。员工就是合作伙伴，员工就是老板。具体如下：当一个员工进来我们公司之后。成为了我们的正式员工。而且表现优秀，比如他一个月的工资是1000元，他可以拿500元，剩下500元放在公司的账户上，那么一年就有6000元放在公司，而我们给他的就是7000元。当他在经过公司的培训和考核之后能够胜任分店主任一职（管理10家店）。那他就可以拿出8万人民币来入股这10家店，回报是这10家店一年纯利润的2%的分红。以我们每家店年盈利24万来算，那么10家店就是240万。他就可以得到差不多5万块的分红。那么第二年、第三年、第四年……………。以次类推。让公司的管理层和优秀员工都可以持有公司的股份。这样一来，我们的管理不仅更加顺畅，而且盈利还会大幅度的提高。因为我们的盈利越高，员工的分红就越多。所以他们就会更加用心的去工作，还会激励其他员工更加努力的工作，因为他们知道，只有努力的工作才会得到更多的回报。只有区别对待，才会激发员工的工作激情。才会让他们有更好的工作表现。这是世界著名管理大师，前ce的ceo—————杰克、韦尔奇的名言和管理方法。

投资人把资金拿出来投资。主要是看这个项目有没有投资价值。市场前景和回报率高不高，回报周期是多久。下面我们就来说说我的这个项目为什么值得你投资，就是因为它的回报高，市场前景好。

以我们现在这家店来算。我们这家店大概25个平方。四张桌子。店里没怎么装修。我们现在每天的营业额在700元左右，本来不指这么多的，因为地方小，顾客来了一看没位子坐就走了，但是没办法，地方小，到了吃饭高峰期还厉害，顾客就站在那里等。因为这里的面好吃。他们愿意在这等，没办法。我们每个月的纯利润是9000左右。没有请服务员。我们的房租是2500元，水电是800左右。材料费是9000元。各种杂税是500元。

30×700（元）=21000元（月总销售额）

21000—2500—9000—800—500=8700元（纯利润）

如果我们把这家店重新装修，扩大经营面积。形成统一的门店形象。包括员工着装。服务用语等。给顾客一种开心，轻松的就餐环境。增加外卖服务和大量宣传。那么我们每天的`营业额按2500一天来计算。那么我们来算一下我们的盈利。

30×2500=75000元（月营业总额）

75000—5000（房租）—15000（员工工资）—5000（员工伙食和住房）—28000（原料费）—2500（水电）—500（各种杂税）=24000元（纯利润），这还是一家店的。如果是10家，100家、200家呢。如果按照我们的战略计划，我们来看下表：

从中可以看出，我们的回报是巨大的，如果我们的店数达到400家，那么我们的年纯利润就有1亿人民币。而且我们的品牌也有一定的市场价值了。还有我们的面条半成品还可以进超市销售，这也是个利润空间很大的市场。而且这个回报还会越来越大，因为我们还在向前发展，还在向前走。我的理想是把它打造成中国式的麦当劳。向全球发展。希望我们能做这个行业的领头羊。

既然是做生意，就肯定有风险。——————的亚洲金融风暴，让很多知名的大公司一夜之间消失或破产。包括韩国知名的三星电子也不例外。当时它的负债率是它净资产的4倍。一个月亏损近2、13亿美元。公司命运危在旦夕。随时都有破产的可能。但是这场风暴没有挤跨三星。经过公司董事长和总经理的大胆变革，三星电子活下来了，而且越来越强大，现在已经成为移动通信、数字电视、打印机等领域的世界领航者。有时候风险也是一种机遇，它让你认识到了自己的不足，让你想方设法去改变那些对你不好的东西。其实风险有时候不仅仅是在摧毁一个人，更多的时候是在锻炼一个人，考验你有没有能力去化解这些风险。勇敢的活下去。比如我们在开店的过程中，可能有的店的生意不理想。有的客人抱怨品种单一。开店过快导致人员短缺，店数多了，管理跟不上去。导致管理混乱等，都有可能遇上。那么我们该怎么解决呢：

1、加强我们的品牌宣传力度。做好顾客服务工作，多与客人去沟通，了解他们的口味和就餐环境的要求。

2、批量引进新产品和新品研发力度。比如武汉热干面，各种营养粥，小米粥。如玉米粥、燕麦粥、地瓜粥等，还可以引进一些各种地方有名的小吃。

3、在人才招聘、储备上，可以和各大中专院校和政府再就业工程联系。实行人才阶梯培训计划。保证我们在人才上的优势。

4、建立完善的管理条例。加强员工在执行力方面的培训。实行半军事化的管理。

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