# 最新自助火锅店创业计划书 火锅店创业计划书(精选13篇)

来源：网络 作者：翠竹清韵 更新时间：2024-06-12

*计划在我们的生活中扮演着重要的角色，无论是个人生活还是工作领域。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。自助火锅店创业计划书篇一导语：你喜欢吃火锅吗?下面小编为您推...*

计划在我们的生活中扮演着重要的角色，无论是个人生活还是工作领域。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

**自助火锅店创业计划书篇一**

导语：你喜欢吃火锅吗?下面小编为您推荐一篇火锅店创业计划书，欢迎阅读!

火锅店正在成为中国餐饮行业里一道亮丽的风景线，随着吃火锅的消费者不断增加，餐饮经济的火锅行业的越来越受关注。进行火锅店创业投资无疑具有十分广阔的市场前景。今天我们就来全面分析一下火锅店的市场及前景：

1、经济发展对火锅的影响，其中包括了消费者对火锅需求的增加、现有火锅存在着各档次火锅店的结构性矛盾、社会发展和国家政策措施为餐饮行业发展起着巨大的推动作用、客观环境的变化和消费的不稳定性等几大方面的因素。

2、传统因素对火锅的影响，其中包含了火锅的历史性、广泛性、文化性、独特性等。

3、周边环境对火锅的影响，包括政策环境，如开办地的治安状况、职能部门的效率等;基础设施，如道路交通、停车位置、水电气供应、通信网络、采购途径、消费人群、金融、卫生、劳动等与经营密切相关的配套设施;措施优惠，如税务、各类收费、租金、人才引进等方面是否有优惠政策。

1、地理位置：火锅店的地域性对其经营有较大的影响，要充分了解火锅地理因素。同一区域，不同的店和锅品服务于不同的消费群体;而同一店和锅品到了不同地域也会有变化。

2、人口分类：受人们的居住、文化、宗教、民族等因素的影响，对火锅的消费有差异，对品种、档次、目的均有不同。不同层次的消费群，对档次、品种要求也不同。

3、顾客区分：除了考虑顾客、的职业、收入等外，还要分析其动机，是传统节俭型、经济实惠型、新潮冲动型，还是豪华张扬型等，才能取得实效。

平、顾客的信赖等有关。

1、按档次分：高、中、低档，或豪华店、风味店、大众店、自助店等;

2、按功能分：特色火锅、快餐火锅、小火锅、滋补火锅等;

开店前要根据这些标准，结合自身特点，选择自己的经营品种。

价格的定位，影响经营的重要因素之一，在其它条件成熟后，价格是决定因素：

1、高低结合法：在开业初期，以高质量火锅、高水平服务、较低廉的价格迎接顾客。可以很快赢得顾客、树立形象、打开局面，实现正常经营。

2、高高结合法：起点高，效益也高。以高质量火锅、高档次的环境、高品位的装修、高水平的服务吸引高层次的顾客。风险大、利润也大，进入良性循环后收益也很大。

3、品牌垄断法：独特的锅品、独特的配方、专利火锅产品，可用较高的价格经营火锅，但品种的风味特色要保持不变。

4、大众化法：以大众火锅品种、大众化的价格低价供应，以薄利多销为主。

1、独立经营：

因此，要采取独立经营方式开办火锅店，必须要有独特的火锅品种、较好的口岸、比较充足的资金等。

2、合伙经营：

此类火锅店是有几个人分别出资、或分别以技术、设备、营业场地、资金等联合开办火锅店，进行经营。在经营上一般也不受其它餐饮企业牵制，遇到各种问题，由合伙人一致协商解决。其优点有：在达成经营共识的前提下，解决开店遇到的如资金、技术、经营品种等问题，可以发挥各自优势，团结互助，形成合力;可以互相制约，弥补不足之处，建立监督机制;与市场联系紧密，信息较多，可以随时调整经营品种，把握市场动态，紧跟消费者需求。其不足之处为：合伙人容易产生矛盾和纠纷，其中一个合伙人不负责任或脱离合伙关系，经营便容易受到影响，甚至造成直接经济损失。

因此，要采取合伙经营火锅店，需要达成共同的经营意识，具有较高的素质，要订立合伙经营协议书，明确责权利及利润分配等。

3、特许经营：

特许经营作为一种先进的经营方式，也是现代餐饮业的主要经营形式，其优点和效果均十分明显。

一个火锅企业计划实行特许经营时，具体方法措施包括：多种形式进行连锁加盟;对火锅企业的品牌要素进行注册;成立统一的管理机构;管理规范化;清理净化市场;开展连锁配送等。

实行特许加盟时应该注意几个关键问题，其一是找准市场的需求定位;其二是由点到面，全面开花;其三是抓好人力资源。

四川的火锅发展到今天，从火锅的品种、档次、规模、制作、调配、风味等方面已经呈现出了多元化的特点，使各种从事火锅制作并提供火锅消费的企业迅速发展，也引起了从事和即将投资火锅产生的企业和经营者的极大热情和兴趣。但是，如何开一家正宗的四川火锅店，却是一门不小的学问。

做为火锅店，其基本特征与其他餐饮企业有共通之处，即生产、销售、服务、消费为一体。投资者想要从事从事火锅行业，必须认真做好市场调查研究，这样可以了解到人们需要什么类型的火锅，掌握风味、特点、方式、地点、人群等信息，在特定的市场区域，开办具有特色的火锅店，以获得稳定而可靠的市场分额。所以说做好前期的市场调查，是开火锅店决策或投资的前提。

对火锅市场影响因素：

1、经济发展对火锅的影响，其中包括了消费者对火锅需求的增加、现有火锅存在着各种档次火锅店的结构性矛盾、社会发展和国家政策措施为餐饮行业发展起着巨大的推动作用、客观环境的变化和消费的不稳定等几大方面的因素。

2、传统因素对火锅的影响，其中包含了火锅的历史性、广泛性、文化性、独特性等。

**自助火锅店创业计划书篇二**

火锅店正在成为中国餐饮行业里一道亮丽的风景线，随着吃火锅的消费者不断增加，餐饮经济的火锅行业的越来越受关注。进行火锅店创业投资无疑具有十分广阔的市场前景。今天我们就来全面分析一下火锅店的市场及前景：

1、经济发展对火锅的影响，其中包括了消费者对火锅需求的增加、现有火锅存在着各档次火锅店的结构性矛盾、社会发展和国家政策措施为餐饮行业发展起着巨大的推动作用、客观环境的变化和消费的不稳定性等几大方面的因素。

2、传统因素对火锅的影响，其中包含了火锅的历史性、广泛性、文化性、独特性等。

3、周边环境对火锅的影响，包括政策环境，如开办地的治安状况、职能部门的效率等；基础设施，如道路交通、停车位置、水电气供应、通信网络、采购途径、消费人群、金融、卫生、劳动等与经营密切相关的配套设施；措施优惠，如税务、各类收费、租金、人才引进等方面是否有优惠政策。

1、地理位置：火锅店的地域性对其经营有较大的影响，要充分了解火锅地理因素。同一区域，不同的店和锅品服务于不同的消费群体；而同一店和锅品到了不同地域也会有变化。

2、人口分类：受人们的居住、文化、宗教、民族等因素的影响，对火锅的消费有差异，对品种、档次、目的均有不同。不同层次的消费群，对档次、品种要求也不同。

3、顾客区分：除了考虑顾客、的职业、收入等外，还要分析其动机，是传统节俭型、经济实惠型、新潮冲动型，还是豪华张扬型等，才能取得实效。

4、行为分析：将顾客分为常客、一般客人、流动散客、新客等，这与火锅店的火锅质量、服务水平、顾客的信赖等有关。

1、按档次分：高、中、低档，或豪华店、风味店、大众店、自助店等；

2、按功能分：特色火锅、快餐火锅、小火锅、滋补火锅等；

开店前要根据这些标准，结合自身特点，选择自己的经营品种。

价格的定位，影响经营的重要因素之一，在其它条件成熟后，价格是决定因素：

1、高低结合法：在开业初期，以高质量火锅、高水平服务、较低廉的价格迎接顾客。可以很快赢得顾客、树立形象、打开局面，实现正常经营。

2、高高结合法：起点高，效益也高。以高质量火锅、高档次的环境、高品位的装修、高水平的服务吸引高层次的顾客。风险大、利润也大，进入良性循环后收益也很大。

3、品牌垄断法：独特的锅品、独特的配方、专利火锅产品，可用较高的价格经营火锅，但品种的风味特色要保持不变。

4、大众化法：以大众火锅品种、大众化的价格低价供应，以薄利多销为主。

1、独立经营：

因此，要采取独立经营方式开办火锅店，必须要有独特的火锅品种、较好的口岸、比较充足的资金等。

2、合伙经营：

此类火锅店是有几个人分别出资、或分别以技术、设备、营业场地、资金等联合开办火锅店，进行经营。在经营上一般也不受其它餐饮企业牵制，遇到各种问题，由合伙人一致协商解决。其优点有：在达成经营共识的前提下，解决开店遇到的如资金、技术、经营品种等问题，可以发挥各自优势，团结互助，形成合力；可以互相制约，弥补不足之处，建立监督机制；与市场联系紧密，信息较多，可以随时调整经营品种，把握市场动态，紧跟消费者需求。其不足之处为：合伙人容易产生矛盾和纠纷，其中一个合伙人不负责任或脱离合伙关系，经营便容易受到影响，甚至造成直接经济损失。

因此，要采取合伙经营火锅店，需要达成共同的经营意识，具有较高的素质，要订立合伙经营协议书，明确责权利及利润分配等。

3、特许经营：

特许经营作为一种先进的经营方式，也是现代餐饮业的主要经营形式，其优点和效果均十分明显。

一个火锅企业计划实行特许经营时，具体方法措施包括：多种形式进行连锁加盟；对火锅企业的品牌要素进行注册；成立统一的管理机构；管理规范化；清理净化市场；开展连锁配送等。

实行特许加盟时应该注意几个关键问题，其一是找准市场的需求定位；其二是由点到面，全面开花；其三是抓好人力资源。

**自助火锅店创业计划书篇三**

投资者想要从事从事火锅行业，必须认真做好市场调查研究，这样可以了解到人们需要什么类型的火锅，掌握风味、特点、方式、地点、人群等信息，在特定的市场区域，开办具有特色的火锅店，以获得稳定而可靠的市场分额。所以说做好前期的市场调查，是开火锅店决策或投资的前提。

书

1、经济发展对火锅的影响，其中包括了消费者对火锅需求的增加、现有火锅存在着各种档次火锅店的结构性矛盾、社会发展和国家政策措施为餐饮行业发展起着巨大的推动作用、客观环境的变化和消费的不稳定等几大方面的因素。

2、传统因素对火锅的影响，其中包含了火锅的历史性、广泛性、文化性、独特性等。

1、服务对象分析：

消费者的职业特点：一般学生、民工、普通工薪阶层，与高级白领、公务人员，他们的消费习惯和消费档次是不同的。

消费者的年龄特征;如老年人喜爱清淡型，年轻人偏好重味型等

消费者的地区和民族特征不同地域、不同民族的人们对于火锅的锅品要求千差万别，应当加以区别。

当然，由于火锅的相互渗透性、交杂性，很多火锅已经被改良、创新，适合大多数人的口味，具有共性了，但是对于消费者的分析必不可少。

2、顾客消费行为分析：

消费是一个综合概念，消费行为包括消费水平、消费结构、消费方式和消费习惯。

消费方式有个人、家庭、商务、团体等，不同的消费方式在选择档次与品种方面各有不同

消费习惯体现在对就餐环境、氛围、品派、风味、经济等方面形成的习惯。

3、顾客消费特征分析：

不确定性：大部门顾客是流动的，小部分是确定的，因此选址要合理。

随机性;顾客数量多、差别大，对火锅的消费具有选择性，因此要把握火锅发展动态，及时调整口味，改进创新。

灵活性：之是由成功的品派所决定，以顾客就餐的频率和回头率为标志。

引导性：调整经营策略、成功的广告运做等，都会对顾客的消费产生一定引导。

a、划分要求：

3、具有稳定性，市场划分后，只要符合实际就大胆开拓，制定长期计划，占领失常。

b、划分种类：

1、地理位置;火锅店的地域性对其经营有较大的影响，要充分了解火锅地理因素。同一个区域，不同的店和锅品服务于不同的消费群体，而同一店和锅品到了不同地域3也会有变化。

2、人口分类：受人们的居住、文化、宗教、民族等因素的影响，对火锅的消费有差异，对品种、档次、目的均有不同。不同层次的消费群，对档次、品种要求也不同。

3、顾客区分：除了考虑顾客的职业、收入外，还要分析其动机，是传统节俭形、经济实惠行、新朝冲动形，还是豪华张扬形，才能取得实效。

4、行为分析：将顾客分为常客、一般客人、流动散客、新客等等，这与火锅店质量服务水平、顾客的信赖等有关。

1、火锅市场定位的分析，有着不同的标准：

按档次分高中低档或豪华店风味店大众店自助店等

按功能分特色火锅快餐火锅小火锅滋补火锅

按来源分川味火锅蒙古火锅宫廷火锅老火锅等

按经营分品牌火锅餐厅火锅自助火锅火锅吧

开店前要根据这些标准，结合自身特点，选择自己经营的品种。

2、价格的定位，影响经营的重要因素之一，在其它条件成熟后，价格是决定因素：

c、品派垄断法：独特的锅品、独特的配方、专利火锅产品，可用较高的价格经营火锅，但品种的风味特色要保持不变。

d、大众化法：以大众火锅品种、大众化价格低价供应，以薄利多销为主。

1、自助型：

自助型火锅店是将火锅原料(生料和半成品等)与餐具全部放在火锅厅的某一区域，由客人自行选用，服务人员较少的火锅店。此类火锅除了有着随意性、自由性的特点外，还拥有较大的选择性，感到较大的满足感。自助型火锅店具有布局上实行开放式、以大厅为主，锅品上以一二个品种为主、品位大众化为好，价格上采取每人限定金额消费，服务上比较灵活、服务人员较少，顾客的参与性和自我满足感得到体现，讲究原料及菜肴的丰富性、又避免浪费，充分利用空间与顾客的运动性等特点。

2、大众型：

大众型火锅店是火锅店中的主力军，其数量最大。经营品种比较单一，原材料以中低档为主，风味以当地大多数人可以接受的口味为主。这类火锅店以自身的特点、规模、档次、服务的区别，在顾客中各有自己的地位形象，有自身的独有特点，价格适中与火锅成本较低和风味大众化关系密切，座位率与周转率较高。大众型火锅店具有价格与大众化结合，经营方式灵活多样，服务对象面对大众消费者、经营管理方法结合自身实际等特点。

3、风味型：

风味型火锅店是体现独特的饮食文化，具有浓郁的地方风味、品种比较单一、但影响很大的火锅店，往往具有一定的代表性，是历史性、地域性、民族性的综合反映。此类火锅品种比较定性，汤卤比较固定，服务有一定特色，风味得到公认，风味型火锅店具有布局与装修有丰富主题与内涵，顾客能感受到独特的文化熏陶与情调，吃与乐结合、参与性强，展示某种有特殊意义的活动，气氛轻松和睦等特点。

4、豪华型

豪华型火锅店在某一区域均有较高的声誉，装修设施齐备，环境优美，在火锅制作方面十分讲究。除了具有一般火锅店的特点外，其独特之处为价格较高，高质量的火锅、高超的服务及就餐环境相统一具备高级烹饪和服务人员，其服务对象以高收入者居多。豪华行火锅店具有高价与火锅成本、服务水平、就餐环境容为一体，火锅产品与技术高度统一，服务对象稳定与社会形象突出，管理到位、制度完善等特点。

1、合伙经营

此类火锅是有几个人分别出资、或分别出技术、设备、营业场地、资金等联合开办火锅店，进行经营。在经营上一般也不受其他餐饮企业牵制，遇到各种困难问题，由合伙人一致协商解决，其优点有：在达成经营共识的前提下，解决开店遇到的如资金、技术、经营品种等问题，可以发挥各自优势，团结互助，形成合力，可以互相制约，弥补不足之处，建立监督机制，与市场联系紧密，信息较多，可以随时调整经营品种，把握市场动态，紧紧跟消费需求。其不足之处为;合伙人容易产生矛盾和纠纷，其中一个合伙人不负责任或脱离合伙关系，经营便容易受到影响，甚至造成直接经济损失。因此要采取合伙人经营火锅店，需要达成共同的经营意识，具有较高的素质，要订立合伙经营协议书，明确责权及利润分配等。

2、独立经营

此类火锅店的经营一般不受其它餐饮企业的制约，独立选择自己的经营品种，一般规模较小、费用较少，利润不高，资金来源以独资、入股、贷款为主。这种形式在市场上占主要地位，其优点有：能根据市场的发展变化作出对经营品种、策略的调整与适应，以满足消费者的需要;能保持自身的火锅特色，并按照市场要求调整和创新锅品;员工关系比较密切，管理比较直接，利于调动积极性。其不足之处为：由于规模较小，经营品种单一，可能会受到大型火锅企业的冲击，在市场竞争中经不起风浪，发展潜力不大。因此要采取独立经营方式开办火锅店，必须要有独特的火锅品种、较好的口碑、比较充足的资金等。

3、特许经营

特许经营作为一种先进的经营方式，也是现代餐饮业的主要经营形式，其优点和效果十分明显。一个火锅企业计划实行特许经营时。具体方法措施包括：多种形式进行连锁加盟，对火锅企业的品牌要素进行注册，成立统一的管理机构;管理规范化，清理净化市场，开展连锁配送等。实行特许加盟时应该注意几个关键问题，其一是找准市场的需求定位;其二是由点到面，全面开花，其三是抓好人力资源。

1、火锅店选址的区域因素

在选址之前，必须要选择一个便于经营和发展的区域，这是选址的前提，在选址时要考虑到经济发展水平、文化教育影响、市场竞争状况、规划位置特点、软硬件环境是否优越等各方面的因素。

2、火锅店选址的原则

第三要环境配套到位。外部环境要形成气候，火锅店其他餐饮要混合经营，如餐饮一条街，火锅城，同时提倡自身综合配套，各种经营结合，形成规模效益。

第四要科学预测赢利，在开业的前中要结合各种因素，对一定时期的销售额与毛利进行分析，预测赢利与效益。另外还可以用经验判断店址的选择。

3、火锅店的选址与布局

1、名称与设计原则

2、名称设计基本规律

一是字体讲究整体效果好，好认好读好记，二是发音响亮有韵味，富于节奏，三是字体本意与寓意结合。

3、名称设计基本要求

火锅店的装修设计，要从不同的火锅店实际出发，以建筑风格、火锅档次、地理位置等因素来衡量，以吸引顾客。总体来说装修风格各不相同，但是都应当注意避免以下问题;一是火锅店结构单调，二是店内空气浑浊潮湿，三是店内桌位距小，四是环境空间压抑，五是缺乏独创性特色装饰。

1、火锅店人员的构成

b、厨务人员：包括火锅师长、岗位火锅师、墩子、小吃、冷菜、荷活、杂工等

c、服务人员：包括顾客服务员、厨务服务员、保洁员、安保员等

2、火锅店人员的管理;

a、明确管理幅度，确定管理层次

b、实行专业分工，以火锅经营为中心

c、坚持统一指挥，职权责任相结合

d、要符合精简、有效、统一、协调的要求

e、讲究服务技巧和服务效率。

火锅供应的管理，主要是火锅原料和汤卤的管理，而原料管理包括原料的采购、验收、储存、发放等工作。

1、采购业务管理：

a、采购业务是火锅经营业务的始发环节，必须遵循下列基本要求：

品种对路，即必须根据顾客的需求和火锅制作的需要来确定其品种，以确保火锅的试销对路。

b、质量优良，即必须严格把握好产品原料的质量关，

c、价格合理火锅原料具有多样性和地方性等特点，不同的市场和货源渠道价格是不一样的，不同的季节不同的地区价格也是不同的，因此，采购人员应该及时了解市场行情，降低采购成本，从而降低火锅店的生产成本。

d、数量适当，必须坚持勤进快销，以销定进的原则，作到畅销多进、适销批进、滞销不进。

e、货到及时，火锅品种具有一定的随机性，每天的生产量和销售量都难以预测，因此，为了保证火锅经营的正常进行，原料的采购要随要随到，及时供给。

2、储存业务管理;

c、指导原材料的购销，要在储存过程中，随时了解原料的消耗情况，并根据实际的情形主动及时的提出采购意见或建议，以补充更新原料，并及时处理库存的滞留原料。

d、控制存货的短缺残损，其首要任务是保证库存原料的安全与卫生。

e、日常保管和养护，应当作好原料分区存放，货位编号，执行食品卫生法、坚持隔离制度、掌握温度湿度、加强防保护养，搞好清洁卫生，防治微生物侵入和虫害，建立帐卡、定期盘店这五个方面的工作。

f、出库管理，食品原料出库管理要切实做好以下工作;一是坚持凭票发货出库，二是坚持先入库的先出、易腐易变质的先出、接近有效期的先出、损坏变质饿不出等;\"三先一不\"的原则。

**自助火锅店创业计划书篇四**

1

四川的火锅发展到今天，从火锅的品种、档次、规模、制作、调配、风味等方面已经浮现出了多元化的特点，使各种从事火锅制作并供给火锅消费的企业迅速发展，也引起了从事和即将火锅产业的企业和经营者的极大的热情和兴趣。但是，如何开一家正宗的四川火锅店，却是一门不小的学问。

一、综述：

作为火锅店，其基础特点与其它餐饮企业有共通之处，即生产、销售、服务、消费为一体。者想要从事火锅行业，必须认真做好市场调查研究，这样可以懂得到人们需要什么类型的火锅，控制火锅风味、特点、方法、地点、人群等信息，在特定的市场区域，创办具有特点的火锅店，以获得稳固而可靠的市场份额。所以说，做好前期的市场调查，是开火锅店决策或的前提。

二、火锅市场调查：

（一）、对火锅市场的影响因素：

1、经济发展对火锅的影响，其中包含了消费者对火锅需求的增长、现有火锅存在着各档次火锅店的结构性抵触、社会发展和国家政策措施为餐饮行业发展起着宏大的推动作用、客观环境的变更和消费的不稳固性等几慷慨面的因素。

2、传统因素对火锅的影响，其中包含了火锅的历史性、广泛性、文化性、奇特征等。

3、周边环境对火锅的影响，包含政策环境，如创办地的治安状态、职能部门的效率等；基础设施，如道路交通、停车地位、水电气供给、通信网络、采购道路、消费人群、金融、卫生、劳动等与经营密切相干的配套设施；措施优惠，如税务、各类收费、租金、人才引进等方面是否有优惠政策。

（二）、客源的调查分析：

1、服务对象分析：

（2）、消费者的年纪特点：如老年人爱好清淡型，年轻人偏好味重味厚型等等；

2

（4）、消费者的地区和民族特点：不同地区、不同民族的人们对于火锅的锅品请求千差万异，应当加以差别。

当然，由于火锅的相互渗透性、交杂性，很多火锅已经被改良、创新，合适大多数人的口味，具有共性了。但是对于消费者的分析必不可少。

2、顾客消费行动分析：

消费是一个综合概念，消费行动包含消费程度、消费结构、消费方法和消费习惯等。

（4）、消费习惯体现在，对就餐环境、气氛、品牌、风味、经济等方面形成的习惯。

3、顾客消费特点分析：

（1）、不断定性：大部分顾客是流动的，小部分是断定的，因此选址要合理。

（2）、随机性：顾客数量多、差别大，对火锅的消费具有选择性，因此要把握火锅发展动态，及时调剂口味，改良创新。

（3）、机动性：这是由成功的品牌所决定，以顾客就餐的频率和回头率为标记。

（4）、领导性：调剂经营策略、成功的广告运作等，都会对顾客的消费产生必定领导。

三、火锅市场的划分：

（一）、划分请求：

3、具有稳固性。市场划分后，只要符合实际，就勇敢开辟，制定长期打算，占领市场。

（二）、划分种类：

1、地理地位：火锅店的地区性对其经营有较大的影响，要充分懂得火锅地理因素。同一区域，不同的店和锅品服务于不同的消费群体；而同一店和锅品到了不同地区也会有变更。

2、人口分类：受人们的居住、文化、宗教、民族等因素的影响，对火锅的消费有差别，对品种、档次、目标均有不同。不同层次的消费群，对档次、品种请求也不同。

3、顾客区分：除了考虑顾客、的职业、收入等外，还要分析其动机，是传统节俭型、经济实惠型、新潮激动型，还是豪华张扬型等，才干取得实效。

4、行动分析：将顾客分为常客、一般客人、流动散客、新客等，这与火锅店的火锅质量、服务程度、顾客的信任等有关。

四、火锅市场的定位：

（一）、火锅市场定位的分析，有着不同的标准：

1、按档次分：高、中、低档，或豪华店、风味店、大众店、自助店等；

2、按功效分：特点火锅、快餐火锅、小火锅、滋补火锅等；

3、按起源分：川味火锅、蒙古火锅、宫廷火锅、老火锅等；

4、按经营分：品牌火锅、餐厅火锅、自助火锅、火锅吧等。

开店前要根据这些标准，联合自身特点，选择自己的经营品种。

（二）、价格的定位，影响经营的重要因素之一，在其它条件成熟后，价格是决定因素：

1、高低联合法：在开业初期，以高质量火锅、高程度服务、较低廉的价格迎接顾客。可以很快博得顾客、建立形象、打开局面，实现正常经营。

2、高高联合法：起点高，效益也高。以高质量火锅、高级次的环境、高品位的装修、高程度的服务吸引高层次的顾客。风险大、利润也大，进入良性循环后收益也很大。

3、品牌垄断法：奇特的锅品、奇特的配方、专利火锅产品，可用较高的价格经营火锅，但品种的风味特点要保持不变。

4、大众化法：以大众火锅品种、大众化的价格低价供给，以薄利多销为主。

五、火锅店的类型：

1、豪华型：

豪华型火锅店在某一区域均有较高的名誉，装修设施齐备，环境精巧，在火锅制作方面十分讲究。除了具有一般火锅店的特点外，其奇特之处为价格较高，高质量的火锅、高超的服务及就餐环境相统一具备高级的烹协调服务人员，其服务对象以高收入者居多。

豪华型火锅店具有高价与火锅成本、服务程度、就餐环境融为一体，火锅产品与高度统一，服务对象稳固与社会形象突出，管理到位、制度完善等特点。

2、大众型：

大众型火锅店是火锅店中的主力军，其数量最大。经营品种比较单一，原材料以中低档为主，风味以当地大多数人可以吸收的口味为主。这类火锅店以自身的特点、规模、档次、服务的差别，在顾客中各有自己的地位与形象。有自身的独有特点，价格适中与火锅成本较低和风味大众化关系密切，座位率与周转率较高。

大众型火锅店具有价格与大众化联合，经营方法机动多样，服务对象面向大众消费者、经营管理方法联合自身实际等特点。

3、风味型：

风味型火锅店是体现奇特的饮食文化，具有浓郁的处所风味、品种比较单一、但影响很大的火锅店，往往具有必定的代表性，是历史性、地区性、民族性的综合反响。词攀类火锅品种比较定型，汤卤比较固定，服务有必定特点，风味得到公认。

风味型火锅店具有布局与装修有丰富主题与内涵，顾客能感受到奇特的文化熏陶与情调，吃与乐联合、参与性强，展现某种有特别意义的运动，气氛轻松和睦等特点。

4、自助型：

自助型火锅店是将火锅原料（生料和半成品等）与餐具全部放在火锅厅的某一区域，由客人自行选用，服务人员较少的火锅店。词攀类火锅除了有着随便性、自由性的特点外，还拥有较大的选择性，感到较大的满足感。

自助型火锅店具有布局上履行开放式、以大厅为主，锅品上以一二个品种为主、口味大众化为好，价格上采用每人限定金额消费，服务上比较机动、服务人员较少，顾客的参与性和自我满足感得到体现，讲究原料及菜肴的丰富性、又避免糟蹋，充分利用空间与顾客的运动性等特点。

六、火锅店的经营情势：

1、独立经营：

其优点有：能根据市场的发展变更做出对经营品种、策略的调剂与适应，以满足消费者的需要；能保持自身的火锅特点，并按照市场请求调剂和创新锅品；员工关系比较密切，管理比较直接，利于调动积极性。其不足之处为：由于规模较小，经营品种单一，可能会受到大型火锅企业的冲击，在市场竞争中禁不起风浪，发展潜力不大。

因此，要采用独立经营方法创办火锅店，必需要有奇特的火锅品种、较好的口岸、比较充分的等。

2、合伙经营：

词攀类火锅店是有几个人分辨出资、或分辨以、设备、营业场地、等联合创办火锅店，进行经营。在经营上一般也不受其它餐饮企业牵制，遇到各种问题，由合伙人一致协商解决。其优点有：在达成经营共鸣的前提下，解决开店遇到的如、、经营品种等问题，可以施展各自优势，团结互助，形成合力；可以互相制约，补充不足之处，建立监督机制；与市场接洽紧密，信息较多，可以随时调剂经营品种，把握市场动态，紧跟消费者需求。其不足之处为：合伙人容易产生抵触和纠纷，其中一个合伙人不负责任或脱离合伙关系，经营便容易受到影响，甚至造成直接经济丧失。

因此，要采用合伙经营火锅店，需要达成共同的经营意识，具有较高的素质，要订立合伙经营协议书，明确责权利及利润分配等。

3、特许经营：

特许经营作为一种先进的经营方法，也是现代餐饮业的重要经营情势，其优点和效果均十分明显。

一个火锅企业打算履行特许经营时，具体方法措施包含：多种情势进行连锁加盟；对火锅企业的品牌要素进行注册；成立统一的管理机构；管理规范化；清算净化市场；开展连锁配送等。

履行特许加盟时应当注意几个要害问题，其一是找准市场的需求定位；其二是由点到面，全面开花；其三是抓好人力资源。

七、火锅店的选址：

1、火锅店选址的区域因素：

在选址之前，必需要选择一个便于经营和发展的区域，这是选址的前提。在选址时要考虑到经济发展程度、文化教导影响、市场竞争状态、方案地位特点、软硬件环境是否优越等各方面的因素。

2、火锅店选址的原则：

第一要断定服务对象。要联合火锅店的所在地位，断定相应的设施与设备，然后选定自己

的经营档次，在断定火锅品种；

第四要科学预测赢利。在开业的前、中要联合各种因素，对必定时代的销售额与毛利进行分析，预测赢利与效益。

另外，还可以用经验断定店址的选择。

3、火锅店的选址与布局：

断定选址原则后，在实行中要联合以下几点：选择商业网点集中的处所、人口凑集处、交通方便的处所、具体地位、同行凑集地、特别口岸。

布局上也应当考虑以下思路：扩散性、凑集性、竞争性、多行业和谐性。

八、火锅店的名称与设计：

1、名称与设计原则：要有辨认性、独创性、整体性。其重要作用包含流传企业文化 宣传企业形象、进步竞争力、塑造企业整体形象。

2、名称设计基础规律：一是字体讲究整体效果，好认好读好记；二是发音响亮有韵味，富于节奏；三是字体本意与寓意联合。

3、名称设计基础请求：一是与顾客消费层次和火锅店档次一致；二是火锅店名称的风趣与寓意；三是火锅店的名称与风味、对象、习惯相互吻合；四是火锅店名称的外延性；五是火锅店名称的取法的讲究性；六是取名请求简略明快，不要轻易修正，注意独创性。

九、火锅店的装修：

火锅店的装修设计，要从不同的火锅店实际出发，以建筑作风、火锅档次、地理地位等因素来衡量，以吸引顾客。总体来说，装修作风各不雷同，但是都应当注意避免以下问题：一是火锅店结构单调；二是店内空气混浊潮湿；三是店内桌位间距过小；四是环境空间压抑；五是缺乏独创性特点装饰。

十、人员的管理：

（一）、火锅店人员的构成：

2、厨务人员：包含火锅师长、岗位火锅师、墩子、小吃、冷菜、荷活、杂工等；3、服务人员：包含顾客服务员、厨务服务员、保洁员、安保员等。

一、项目背景

四川的火锅发展到今天，从火锅的品种、档次、规模、制作、调配、风味等方面已经呈现出了多元化的特点，使各种从事火锅制作并提供火锅消费的企业迅速发展，也引起了从事和即将投资火锅产生的企业和经营者的极大热情和兴趣。但是，如何开一家正宗的四川火锅店，却是门不小的学问。

作为火锅店，其基本特征与其他餐饮企业有共通之处，即生产、销售、服务、消费为一体。投资者想要从事从事火锅行业，必须认真做好市场调查研究，这样可以了解到人们需要什么类型的火锅，掌握风味、特点、方式、地点、人群等信息，在特定的市场区域，开办具有特色的火锅店，以获得稳定而可靠的市场分额。所以说做好前期的市场调查，是开火锅店决策或投资的前提。

由于火锅店时常客人满座，因此快速且良好的服务是必须的。从客人一进门的带位、点菜、送菜、教导吃法、整理、结账到送客等等，一点都不可马虎。其中的教导吃法是最特别的地方，由于每一家火锅店最吸引人的美味都是不一样的，因此吃的方法也会不同，这时由服务员亲自教导，除了帮助客人外，更加深他们对这间火锅店的印象。

二、火锅市场调查

(一)对火锅市场影响因素

1、经济发展对火锅的影响。其中包括了消费者对火锅需求的增加、现有火锅存在着各种档次火锅店的结构性矛盾、社会发展和国家政策措施为餐饮行业发展起着巨大的推动作用、客观环境的`变化和消费的不稳定等几大方面的因素。

2、传统因素对火锅的影响。其中包含了火锅的历史性、广泛性、文化性、独特性等。

3、周遍环境对火锅的影响。包括政策环境，如开办地的治安状况、职能部门的效率等，基础设施，如道路交通、停车位置、水电气供应、通信网络、采购途径、消费人群、金融、卫生、劳动等与经营密切相关的配套设施，措施优惠，如：税务、各类收费、租金、人才引进等方面是否有优惠政策。

(二)客源的调查分析

1、服务对象分析：

消费者的职业特点：一般学生、民工、普通工薪阶层，与高级白领、公务人员，他们的消费习惯和消费档次是不同的。

消费者的年龄特征;如老年人喜爱清淡型，年轻人偏好重味型等。

消费者的性别特征：女性和男性往王对于火锅的锅品、口味轻重、菜品类型等方面都有一定的差别。

消费者的地区和民族特征不同地域、不同民族的人们对于火锅的锅品要求千差万别，应当加以区别。

当然，由于火锅的相互渗透性、交杂性，很多火锅已经被改良、创新，适合大多数人的口味，具有共性了，但是对于消费者的分析必不可少。

2、顾客消费行为分析：

消费是一个综合概念，消费行为包括消费水平、消费结构、消费方式和消费习惯。

消费水平和顾客的经济承受能力有直接的关系，体现了顾客的支付力和这种支付力相适宜的需求满足，直接表现为顾客选择火锅店的档次和类型。

消费方式有个人、家庭、商务、团体等，不同的消费方式在选择档次与品种方面各有不同。

消费习惯体现在对就餐环境、氛围、品派、风味、经济等方面形成的习惯。

3、顾客消费特征分析：

不确定性：大部门顾客是流动的，小部分是确定的，因此选址要合理。 大学生校内网(http://)

随机性：顾客数量多、差别大，对火锅的消费具有选择性，因此要把握火锅发展动态，及时调整口味，改进创新。

灵活性：之是由成功的品派所决定，以顾客就餐的频率和回头率为标志。

引导性：调整经营策略、成功的广告运做等，都会对顾客的消费产生一定引导。

三、火锅市场的划分

(一)划分要求：

1、对经营品种、酒水饮料、服务水平、营业时间、交通状况等具体的方面要准确掌握，用于对比自己的品牌能否进入市场。

2、具有可操作性。如果得出市场结果与自己的人力财力物力等不配套，难以实现经营目标，必须放弃，重新划分失常，找准位置。

3、具有稳定性。市场划分后，只要符合实际就大胆开拓，制定长期计划，占领失常。

(二)划分种类

1、地理位置;火锅店的地域性对其经营有较大的影响，要充分了解火锅地理因素。同一个区域，不同的店和锅品服务于不同的消费群体，而同一店和锅品到了不同地域3也会有变化。

2、人口分类：受人们的居住、文化、宗教、民族等因素的影响，对火锅的消费有差异，对品种、档次、目的均有不同。不同层次的消费群，对档次、品种要求也不同。

3、顾客区分：除了考虑顾客的职业、收入外，还要分析其动机，是传统节俭形、经济实惠行、新朝冲动形，还是豪华张扬形，才能取得实效。

四、火锅市场的定位

(一)火锅市场定位的分析，有着不同的标准：

按档次分高中低档或豪华店风味店大众店自助店等

按功能分特色火锅快餐火锅小火锅滋补火锅。 按来源分川味火锅蒙古火锅宫廷火锅老火锅等。 按经营分品牌火锅餐厅火锅自助火锅火锅吧。 开店前要根据这些标准，结合自身特点，选择自己经营的品种。

(二)价格的定位，影响经营的重要因素之一， 大学生投简历技巧，在其它条件成熟后，价格是决定因素：

1、高低结合法：在开业初期，以高质量火锅高水平服务、较低廉的价格迎接顾客，可以很快赢得顾客树立形象打开局面实现正常经营。

2、高高结合法;起点高效益也高以高质量火锅高档次的环境高品位的装修高水平的服务吸引高层次的顾客。风险大利润也大进入良性循环后收益也大。

3、品派垄断法：独特的锅品、独特的配方、专利火锅产品，可用较高的价格经营火锅，但品种的风味特色要保持不变。

4、大众化法：以大众火锅品种、大众化价格低价供应，以薄利多销为主。

五、火锅店类型

本店决定采用大众型：大众型火锅店是火锅店中的主力军，其数量最大。经营品种比较单一，原材料以中低档为主，风味以当地大多数人可以接受的口味为主。这类火锅店以自身的特点、规模、档次、服务的区别，在顾客中各有自己的地位形象，有自身的独有特点，价格适中与火锅成本较低和风味大众化关系密切，座位率与周转率较高。大众型火锅店具有价格与大众化结合，经营方式灵活多样，服务对象面对大众消费者、经营管理方法结合自身实际等特点。

六、火锅店经营形式

本店决定采用合伙经营：

此类火锅是有几个人分别出资、或分别出技术、设备、营业场地、资金等联合开办火锅店，进行经营。在经营上一般也不受其他餐饮企业牵制，遇到各种困难问题，由合伙人一致协商解决，其优点有：在达成经营共识的前提下，解决开店遇到的如资金、技术、经营品种等问题，可以发挥各自优势，团结互助，形成合力， 大学生如何写简历，可以互相制约，弥补不足之处，建立监督机制，与市场联系紧密，信息较多，可以随时调整经营品种，把握市场动态，紧紧跟消费需求。

1、火锅店选址的区域因素：

在选址之前，必须要选择一个便于经营和发展的区域，这是选址的前提，在选址时要考虑到经济发展水平、文化教育影响、市场竞争状况、规划位置特点、软硬件环境是否优越等各方面的因素。

2、火锅店选址的原则：

第三要环境配套到位。外部环境要形成气候，火锅店其他餐饮要混合经营，如餐饮一条街，火锅城，同时提倡自身综合配套，各种经营结合，形成规模效益。

第四要科学预测赢利，在开业的前中要结合各种因素，对一定时期的销售额与毛利进行分析，预测赢利与效益。另外还可以用经验判断店址的选择。

3、火锅店的选址与布局：

确定选址原则后，在实施要结合以下几点：选择商业网点集中的地方、人口聚集处、交通便利的地方、具体位置、同行聚集地、特殊口岸，布局上也应当考虑以下思路：扩展性、聚集性、竞争性、多行业协调性。

八、火锅店的装修

火锅店的装修设计，要从不同的火锅店实际出发，以建筑风格、火锅档次、地理位置等因素来衡量，以吸引顾客。总体来说装修风格各不相同，但是都应当注意避免以下问题;一是火锅店结构单调，二是店内空气浑浊潮湿，三是店内桌位距小，四是环境空间压抑，五是缺乏独创性特色装饰。

九、人员管理

(一)火锅店人员的构成：

1、管理人员：包括总经理大堂经理领班为主要构成人员上了规模和档次的火锅企业还包括有总经办主任策划部经理营销部经理财务部门经理后勤部经理。

2、厨务人员：包括火锅师长、岗位火锅师、墩子、小吃、冷菜、荷活、杂工等。

3、服务人员：包括顾客服务员、厨务服务员、保洁员、安保员等。

(二)火锅店人员的管理;

火锅供应的管理，主要是火锅原料和汤卤的管理，而原料管理包括原料的采购、验收、储存、发放等工作。

(一)采购业务管理：

1、采购业务是火锅经营业务的始发环节，必须遵循下列基本要求：品种对路，即必须根据顾客的需求和火锅制作的需要来确定其品种，以确保火锅的试销对路。2、质量优良，即必须严格把握好产品原料的质量关。

3、价格合理火锅原料具有多样性和地方性等特点，不同的市场和货源渠道价格是不一样的，不同的季节不同的地区价格也是不同的，因此，采购人员应该及时了解市场行情，降低采购成本，从而降低火锅店的生产成本。

4、数量适当，必须坚持勤进快销，以销定进的原则，作到畅销多进、适销批进、滞销不进。

5、货到及时，火锅品种具有一定的随机性，每天的生产量和销售量都难以预测，因此，为了保证火锅经营的正常进行，原料的采购要随要随到， 大学生入党申请书，及时供给。

(二)储存业务管理;

1、保证储存原料充足、合理。储存是为火锅店服务的一方面，储存原料要有足够的品种和数量，以确保经营的连续性和稳定性，原料的库存储备必须保持在能完成一定的接待服务、保持不间断经营、经济合理的标准之上。 大学生校内网(http://)

2、控制储存，火锅的储存原料不能过多，否则会造成积压和浪费，因此，火锅店必须控制储存的投资，确保合理的储备定额。

3、指导原材料的购销，要在储存过程中，随时了解原料的消耗情况，并根据实际的情形主动及时的提出采购意见或建议，以补充更新原料，并及时处理库存的滞留原料。

4、控制存货的短缺残损，其首要任务是保证库存原料的安全与卫生。

5、日常保管和养护，应当作好原料分区存放，货位编号，执行食品卫生法、坚持隔离制度、掌握温度湿度、加强防保护养，搞好清洁卫生，防治微生物侵入和虫害，建立帐卡、定期盘店这五个方面的工作。

6、出库管理，食品原料出库管理要切实做好以下工作;一是坚持凭票发货出库，二是坚持先入库的先出、易腐易变质的先出、接近有效期的先出、损坏变质饿不出等;“三先一不”的原则。

十一、投资分析

1、资本结构与规模

本店经营模式为合伙企业，故由合伙人共同出资，现金、场地、技术、劳力等均可作为出资资本，以场地、技术、劳力出资的按当时市价作价。

2、资金来源及运用

由父母或是亲戚的同事作担保，即可在工行、建行等金融机构获得10万元左右的保证贷款，从而较快的获取创业资金。

十二、财务分析

(一)主要财务假设

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，固定资本，折旧费，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1500元，收益率30%，毛利润500元。由此可计算出投资回收期约为一个月。

(二)财务报表及附表(略)

十三、风险预期

1、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。

2、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：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。项目生产阶段的风险，如果项目已经投产，但没有生产出适销对路的产品，项目可能没有足够的能力支付生产费用和偿还债务。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。 大学生校内网(http://)

3、原料资源风险

本餐厅的原料主要以果蔬、肉类、菌类为主，在高温潮湿的环境下不利于保存保险，因

此在原料的采购存储上需要专门的设备技术投资，这样才有利于采购到新鲜、天然、无污染的绿色食品。

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1500元，收益率30%，毛利润500元。由此可计算出投资回收期约为一个月。

(二)财务报表及附表(略)

一、火锅店餐饮公司概述

xxxxxx羊肉火锅店位于新乡人民路xxxxxx号，在内可乘xxxxx路公交车，城里十字站下即到。草原鲜羔楼，这名字对普通食客来说可能还比较陌生，在像新乡这样的内地城,这样的正宗的内蒙古涮羊肉更是少之又少。

鲜羔楼于2024年12月创立于内蒙古大草原上的火锅之都包头。以其新颖的三味火锅，独特的五种汤汁口味，八种锅底组合方式，品质优异的内蒙古特制鲜羔楼肉，加之浓厚的中国传统饮食文化气息同深邃的现代场营销管理而一举成功。在竞争激烈的火锅业异军突起，从而成为一颗璀璨的餐饮之星。

总部设在内蒙古包头的内蒙古鲜羔楼餐饮有限责任公司，已经国家工商总局商标注册，三味火锅和羊肉加工新工艺已获国家两项专利。2024年12月又被中国烹饪协会评为绿色餐饮企业称号。鲜羔楼人凭着高度的责任心和敬业精神，以质量树品牌、以诚信求发展，同时逐步形成一整套加盟、策划、培训、配送、管理、营销的专业化管理模式。现已在全国发展加盟店300多家，90家地区总代理。并正以势不可挡的速度向全国迅速扩展。

公司目标是：打造中国火锅业第一品牌。服务宗旨是：顾客至上,在各方面实现顾客满意率百分百。鲜羔楼在2024年创建以来，生产理念不断推陈出新，在全国创以300余家加盟连锁店。公司在迅速发展的过程中，保持踏实、稳重的一贯风格，以求实、创新的作风带动企业整体面貌的提高，推动着鲜羔楼连锁事业迈进了新的台阶。

二、火锅店场环境分析

1、宏观/微观 环境分析

要了解涮羊肉，就先得了解涮羊肉的起源。涮羊肉传说起源于元代。当年元世祖忽必烈统帅大军南下远征。在一次行军中，他猛想起家乡的菜肴清炖羊肉，于是吩咐部下杀羊烧火。厨师知道他性情暴躁，于是急中生智，飞刀切下十多片薄肉，放在沸水里搅拌几下，待肉色一变，马上捞入碗中，撒下细盐。忽必烈连吃几碗翻身上马率军迎敌，结果旗开得胜。在筹办庆功酒宴时，忽必烈特别点了那道羊肉片。厨师忙中有较强的影响力，当年金庸在口福居的北京总店品尝了口福居的羊肉后，对此赞不绝口，并在店里题词。正式口福居的良好的饭菜质量换来了大众的口碑。此外在新乡还有老北京涮肉坊，草原兴发火锅店，常来顺红焖羊肉，竹园火锅城等火锅店在新乡区的不同地区都有一定的影响力和不错的口碑及影响力。

消除疲乏之功效，为在周末休闲事的商家食品。此品油而不腻、辣而不燥、久吃不厌。人们在鲜羔楼店里感受到的不仅是可口的食品，还有无微不至、面面俱到的服务，让人们有了在家吃饭一样的惬意。正是这样的好产品和好服务，是现在和以后鲜羔楼立足的根本。 坚持以顾客为上帝的原则，全心全意以顾客为中心开展服务和业务，是每个商家都必须坚持的准则。鲜羔楼在这样做的同时，相邻的竞争对手们也都在推出自己新的菜系，新的食品和新的吃法。因此，鲜羔楼必须意识到这一点，长期坚持下去，永远走在场竞争的前列。

三、火锅店场营销分析

在企业的营销过程中，4p此过程中具有重大的影响。在场营销组合观念中的4p 分别是产品( product) , 价格( price) , 地点( place) , 促销( promotion) 。此4p ( 产品、价格、地点、促销) 是场营销过程中可以控制的因素, 也是企业进行场营销活动的主要手段, 对它们的具体运用, 形成了企业的场营销战略；对它们运用的好坏，也深刻影响着企业未来的命运。 1、产品( product) 鲜羔楼作为一个火锅店，主营产品无疑是与火锅有关的产品。鲜羔楼的特色是涮羊肉，这是鲜羔楼的优势，也是鲜羔楼应该主营的招牌食品。此外鲜羔楼的一切食品都应该以涮羊肉为中心开展，这是现在和以后时期鲜羔楼应该坚持的方向，其它毫无疑问都应该以此为中心。

2、价格( price)

鲜羔楼的店面面积为230平方米，客容量为150平方米，由于此店的规模和新乡人的消费习惯，鲜羔楼的人均消费仅为25元每人。这个价格对于一般的消费者来说，是完全可以接受的。因此，相对于其它的大规模店铺来说，鲜羔楼明显具有一定的价格优势。鲜羔楼应该抓住此优势，在不降低饭菜质量和服务质量的情况下，吸引更多的中低层消费者。

3、地点( place)

鲜羔楼位于新乡人民路120号，人民路是新乡新建的较为繁华的街道，客流量十分大，尤其是在周末和夜晚，在此路上有众多的消费者。一些较为高档的住宅小区距鲜羔楼很近，加上人民路在新乡的重要的地理位置和周围发达的交通环境，都为鲜羔楼的经营带来了一定优势，十分有利于宣传企业的文化和在广大人民群众中竖立良好的口碑。

4、促销( promotion)

业之初，企业必须把此当作营销方案制定的重点，其它活动应以此为中心来开展。

四、火锅店开店策划

纸上谈兵不会给企业带来任何效益，只有实际的行动才能给企业带来利益。鲜羔楼应根据自己本身的客观情况，制定符合当地环境的营销策略，为企业的下一步发展作铺垫。具体来说，可以采用以下的几种策略：

（1）开业之初，在集贸场、商场、小区设起临时或固定摊点。（也可寻求合伙或零售商）

（2）在店面附近拉横幅，发宣传单。

（3）成立一些群众组织，发优惠卡，凭卡消费可优惠打折。

（5）新品推出时，配合小袋免费赠品。

（6）请当地名人或政府官员参观、题词、留影。

（7）在当地举办素食文化活动，如重阳节举办百岁老人聚会等，扩大素食及店面影响。

（8）在节假日开展献爱心、孝心活动，让子女为父母送健康。

（9）参与有关健康、养生、美容、健身的公益活动。

（10）节假日跟当地媒体合作，推出火锅讲座，火锅专栏，火锅菜谱。

五、火锅店经营目标

公司在发展事业的同时，应是中遵循 品质为本、诚信至尚、伟业恒绩、决胜千年 的企业精神，把 精、诚 二字做为公司的经营理念，以顾客为关注焦点，奉行 产品质量是生命，优质服务是基础，现代化管理是手段，顾客满意是目标 的经营宗旨。 鲜羔楼 在推行国家质量管理体系的基础上，为了保持良好的声誉和形象，总部设在内蒙古包头的鲜羔楼总公司，对全国的连锁店原材料统一配送，对各酒店实行统一的、强有力的技术指导和监督以及服务。 坚持顾客至上,在各方面实现顾客满意率百分百的服务宗旨，不断提高产品质量，最终达到打造中国火锅业第一品牌的企业目标，是鲜羔楼奋斗的方向，也是对消费者的承诺。

**自助火锅店创业计划书篇五**

1、本店属于餐饮服务行业，名称为自助火锅店，是合伙合资企业。主要经营：狗，羊，鸡，鸭，鱼等等火锅;副营的食品有：海鲜，卤肉，卤菜等等。

2、自助火锅店位于华宁路商业步行街，开创期是一家中档火锅店，未来将逐步发展成为品牌连锁店。

3、都市快餐店的所有者是合股者三人，厨师一名，服务员一名，二人均有3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风骚。

4、本店需创业资金8万元左右，其中2万多元已筹集到位，剩下6万元向银行贷款。

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。短期目标是在华宁路商业步行街站稳脚跟，1年内收回成本。

2、本店将在2年内增设2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火锅连锁店，在众多火锅品牌中闯出一片天地，并将成为餐饮行业的知名品牌。

1、客源：自助火锅店的目标顾客有到华宁路商业步行街购物娱乐的一般消费者，约占50%;附近的酒店，宾馆;娱乐场所;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。

2、竞争对手：

自助火锅店附近共有4家主要竞争对手，其中有门面的2家，其它2家为地摊式的大排挡。这4家店经营期均在1年左右的时间。前面2家餐店，价格较贵，客源泉稀疏。另外2家大排挡卫生情况较差，服务质量较差，就餐环境拥挤脏乱。本店抓住了这4家餐店现有的弊端，推出“物美价廉;服务至上”等营销策略，力争在激烈的市场竞争中占有一席之地。

1、火锅店主要是面向大众，因此菜价不太高，属中低价位。

2、考虑到时间及人员方面不够;本店暂时的经营时间以晚上为主。

3、开业期间本店实行优惠活动;送出优惠卡，凡再次光顾本店的顾客;本店将实施打折优惠。

4、随时准备开发新产品，以适应市场的变化与需求，如本年度设立目标是：“打造自己的品牌;推出主打火锅”。

5、经营时间：下午4点到晚上2左右。

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。

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：

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。

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，服务至上”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

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

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，但要保证肉类及蔬菜的质量，尽量把价格放低。

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：

1、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。

2、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。

3、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。

4、按期接受各极卫生部门的食品卫生监督检验。

菜单

联系电话：

快餐店的营业时间：下午16：00至晚上2：00左右。

快餐店提供品种：鸡，鸭;狗;羊;鱼;牛肉等等火锅。副营：海鲜;卤肉;卤菜等等。

**自助火锅店创业计划书篇六**

秋冬季，是火锅的盛行之时，人人都想在那寒风中品尝那热腾腾火锅。火锅中又以川锅最为著名，四川火锅，以麻，辣，鲜，香著称，他来源于民间，升华于庙堂，无论是贩夫走卒、达官显宦、文人骚客、商贾农工，还是红男绿女、黄发垂髫，其消费群体涵盖之广泛、人均消费次数之大，都是他地望尘莫及的。作为一种美食，火锅已成为四川和重庆两地的代表美食。下面就以川锅为例，教大家怎么去创办一个火锅店吧，喜欢大家喜欢!

一、综述：

四川的火锅发展到今天，从火锅的品种、档次、规模、制作、调配、风味等方面已经呈现出了多元化的特点，使各种从事火锅制作并提供火锅消费的企业迅速发展，也引起了从事和即将投资火锅产业的企业和经营者的极大的热情和兴趣。但是，如何开一家正宗的四川火锅店，却是一门不小的学问。

作为火锅店，其基本特征与其它餐饮企业有共通之处，即生产、销售、服务、消费为一体。投资者想要从事火锅行业，必须认真做好市场调查研究，这样可以了解到人们需要什么类型的火锅，掌握火锅风味、特点、方式、地点、人群等信息，在特定的市场区域，开办具有特色的火锅店，以获得稳定而可靠的市场份额。所以说，做好前期的市场调查，是开火锅店决策或投资的前提。

二、火锅市场调查：

(一)、对火锅市场的影响因素：

1、经济发展对火锅的影响，其中包括了消费者对火锅需求的增加、现有火锅存在着各档次火锅店的结构性矛盾、社会发展和国家政策措施为餐饮行业发展起着巨大的推动作用、客观环境的变化和消费的不稳定性等几大方面的因素。

2、传统因素对火锅的影响，其中包含了火锅的历史性、广泛性、文化性、独特性等。

3、周边环境对火锅的影响，包括政策环境，如开办地的治安状况、职能部门的效率等;基础设施，如道路交通、停车位置、水电气供应、通信网络、采购途径、消费人群、金融、卫生、劳动等与经营密切相关的配套设施;措施优惠，如税务、各类收费、租金、人才引进等方面是否有优惠政策。

(二)、客源的调查分析：

1、服务对象分析：

(2)、消费者的年龄特征：如老年人喜爱清淡型，年轻人偏好味重味厚型等等;

(4)、消费者的地区和民族特征：不同地域、不同民族的人们对于火锅的锅品要求千差万异，应当加以区别。

当然，由于火锅的相互渗透性、交杂性，很多火锅已经被改良、创新，适合大多数人的口味，具有共性了。但是对于消费者的分析必不可少。

2、顾客消费行为分析：

消费是一个综合概念，消费行为包括消费水平、消费结构、消费方式和消费习惯等。

(4)、消费习惯体现在，对就餐环境、氛围、品牌、风味、经济等方面形成的习惯。

3、顾客消费特征分析：

(1)、不确定性：大部分顾客是流动的，小部分是确定的，因此选址要合理。

(2)、随机性：顾客数量多、差别大，对火锅的消费具有选择性，因此要把握火锅发展动态，及时调整口味，改进创新。

(3)、灵活性：这是由成功的品牌所决定，以顾客就餐的频率和回头率为标志。

(4)、引导性：调整经营策略、成功的广告运作等，都会对顾客的消费产生一定引导。

三、火锅市场的划分：

(一)、划分要求：

3、具有稳定性。市场划分后，只要符合实际，就大胆开拓，制定长期计划，占领市场。

(二)、划分种类：

1、地理位置：火锅店的地域性对其经营有较大的影响，要充分了解火锅地理因素。同一区域，不同的店和锅品服务于不同的消费群体;而同一店和锅品到了不同地域也会有变化。

2、人口分类：受人们的居住、文化、宗教、民族等因素的影响，对火锅的消费有差异，对品种、档次、目的均有不同。不同层次的消费群，对档次、品种要求也不同。

3、顾客区分：除了考虑顾客、的职业、收入等外，还要分析其动机，是传统节俭型、经济实惠型、新潮冲动型，还是豪华张扬型等，才能取得实效。

4、行为分析：将顾客分为常客、一般客人、流动散客、新客等，这与火锅店的火锅质量、服务水平、顾客的信赖等有关。

四、火锅市场的定位：

(一)、火锅市场定位的分析，有着不同的标准：

按档次分：高、中、低档，或豪华店、风味店、大众店、自助店等;

2、按功能分：特色火锅、快餐火锅、小火锅、滋补火锅等;

3、按来源分：川味火锅、蒙古火锅、宫廷火锅、老火锅等;

4、按经营分：品牌火锅、餐厅火锅、自助火锅、火锅吧等。

开店前要根据这些标准，结合自身特点，选择自己的经营品种。

**自助火锅店创业计划书篇七**

四川的火锅发展到今天，从火锅的品种、档次、规模、制作、调配、风味等方面已经呈现出了多元化的特点，使各种从事火锅制作并提供火锅消费的企业迅速发展，也引起了从事和即将投资火锅产生的企业和经营者的极大热情和兴趣。但是，如何开一家正宗的四川火锅店，却是门不小的学问。

作为火锅店，其基本特征与其他餐饮企业有共通之处，即生产、销售、服务、消费为一体。投资者想要从事从事火锅行业，必须认真做好市场调查研究，这样可以了解到人们需要什么类型的火锅，掌握风味、特点、方式、地点、人群等信息，在特定的市场区域，开办具有特色的火锅店，以获得稳定而可靠的市场分额。所以说做好前期的市场调查，是开火锅店决策或投资的前提。

由于火锅店时常客人满座，因此快速且良好的服务是必须的。从客人一进门的带位、点菜、送菜、教导吃法、整理、结账到送客等等，一点都不可马虎。其中的教导吃法是最特别的地方，由于每一家火锅店最吸引人的美味都是不一样的，因此吃的方法也会不同，这时由服务员亲自教导，除了帮助客人外，更加深他们对这间火锅店的印象。

（一）对火锅市场影响因素

1、经济发展对火锅的影响。其中包括了消费者对火锅需求的增加、现有火锅存在着各种档次火锅店的结构性矛盾、社会发展和国家政策措施为餐饮行业发展起着巨大的推动作用、客观环境的变化和消费的不稳定等几大方面的因素。

2、传统因素对火锅的影响。其中包含了火锅的历史性、广泛性、文化性、独特性等。

3、周遍环境对火锅的影响。包括政策环境，如开办地的治安状况、职能部门的效率等，基础设施，如道路交通、停车位置、水电气供应、通信网络、采购途径、消费人群、金融、卫生、劳动等与经营密切相关的配套设施，措施优惠，如：税务、各类收费、租金、人才引进等方面是否有优惠政策。

（二）客源的调查分析

1、服务对象分析：

消费者的职业特点：一般学生、民工、普通工薪阶层，与高级白领、公务人员，他们的消费习惯和消费档次是不同的。

消费者的年龄特征；如老年人喜爱清淡型，年轻人偏好重味型等。

消费者的性别特征：女性和男性往王对于火锅的锅品、口味轻重、菜品类型等方面都有一定的差别。

消费者的地区和民族特征不同地域、不同民族的人们对于火锅的锅品要求千差万别，应当加以区别。

当然，由于火锅的相互渗透性、交杂性，很多火锅已经被改良、创新，适合大多数人的口味，具有共性了，但是对于消费者的分析必不可少。

2、顾客消费行为分析：

消费是一个综合概念，消费行为包括消费水平、消费结构、消费方式和消费习惯。

消费水平和顾客的经济承受能力有直接的关系，体现了顾客的支付力和这种支付力相适宜的需求满足，直接表现为顾客选择火锅店的档次和类型。

消费结构是顾客各种消费支出的比例，其开支与职业、年龄、性别、地域民族等因素有密切联系。

消费方式有个人、家庭、商务、团体等，不同的消费方式在选择档次与品种方面各有不同。

消费习惯体现在对就餐环境、氛围、品派、风味、经济等方面形成的习惯。

3、顾客消费特征分析：

不确定性：大部门顾客是流动的，小部分是确定的，因此选址要合理。

随机性：顾客数量多、差别大，对火锅的消费具有选择性，因此要把握火锅发展动态，及时调整口味，改进创新。

灵活性：之是由成功的品派所决定，以顾客就餐的频率和回头率为标志。

引导性：调整经营策略、成功的广告运做等，都会对顾客的消费产生一定引导。

（一）划分要求：

1、对经营品种、酒水饮料、服务水平、营业时间、交通状况等具体的方面要准确掌握，用于对比自己的品牌能否进入市场。

2、具有可操作性。如果得出市场结果与自己的人力财力物力等不配套，难以实现经营目标，必须放弃，重新划分失常，找准位置。

3、具有稳定性。市场划分后，只要符合实际就大胆开拓，制定长期计划，占领失常。

（二）划分种类

1、地理位置；火锅店的地域性对其经营有较大的影响，要充分了解火锅地理因素。同一个区域，不同的店和锅品服务于不同的消费群体，而同一店和锅品到了不同地域3也会有变化。

2、人口分类：受人们的居住、文化、宗教、民族等因素的影响，对火锅的消费有差异，对品种、档次、目的均有不同。不同层次的消费群，对档次、品种要求也不同。

3、顾客区分：除了考虑顾客的职业、收入外，还要分析其动机，是传统节俭形、经济实惠行、新朝冲动形，还是豪华张扬形，才能取得实效。

4、行为分析：将顾客分为常客、一般客人、流动散客、新客等等，这与火锅店质量服务水平、顾客的信赖等有关。

（一）火锅市场定位的分析，有着不同的标准：

按档次分高中低档或豪华店风味店大众店自助店等。

按功能分特色火锅快餐火锅小火锅滋补火锅。

按来源分川味火锅蒙古火锅宫廷火锅老火锅等。

按经营分品牌火锅餐厅火锅自助火锅火锅吧。

开店前要根据这些标准，结合自身特点，选择自己经营的品种。

（二）价格的定位，影响经营的重要因素之一，在其它条件成熟后，价格是决定因素：

1、高低结合法：在开业初期，以高质量火锅高水平服务、较低廉的价格迎接顾客，可以很快赢得顾客树立形象打开局面实现正常经营。

2、高高结合法；起点高效益也高以高质量火锅高档次的环境高品位的装修高水平的服务吸引高层次的顾客。风险大利润也大进入良性循环后收益也大。

3、品派垄断法：独特的锅品、独特的配方、专利火锅产品，可用较高的价格经营火锅，但品种的风味特色要保持不变。

4、大众化法：以大众火锅品种、大众化价格低价供应，以薄利多销为主。

本店决定采用大众型：大众型火锅店是火锅店中的主力军，其数量最大。经营品种比较单一，原材料以中低档为主，风味以当地大多数人可以接受的口味为主。这类火锅店以自身的特点、规模、档次、服务的区别，在顾客中各有自己的地位形象，有自身的独有特点，价格适中与火锅成本较低和风味大众化关系密切，座位率与周转率较高。大众型火锅店具有价格与大众化结合，经营方式灵活多样，服务对象面对大众消费者、经营管理方法结合自身实际等特点。

本店决定采用合伙经营：

此类火锅是有几个人分别出资、或分别出技术、设备、营业场地、资金等联合开办火锅店，进行经营。在经营上一般也不受其他餐饮企业牵制，遇到各种困难问题，由合伙人一致协商解决，其优点有：在达成经营共识的前提下，解决开店遇到的如资金、技术、经营品种等问题，可以发挥各自优势，团结互助，形成合力，可以互相制约，弥补不足之处，建立监督机制，与市场联系紧密，信息较多，可以随时调整经营品种，把握市场动态，紧紧跟消费需求。

其不足之处为；合伙人容易产生矛盾和纠纷，其中一个合伙人不负责任或脱离合伙关系，经营便容易受到影响，甚至造成直接经济损失。因此要采取合伙人经营火锅店，需要达成共同的经营意识，具有较高的素质，要订立合伙经营协议书，明确责权及利润分配等。

1、火锅店选址的区域因素：

在选址之前，必须要选择一个便于经营和发展的区域，这是选址的前提，在选址时要考虑到经济发展水平、文化教育影响、市场竞争状况、规划位置特点、软硬件环境是否优越等各方面的因素。

2、火锅店选址的原则：

第三要环境配套到位。外部环境要形成气候，火锅店其他餐饮要混合经营，如餐饮一条街，火锅城，同时提倡自身综合配套，各种经营结合，形成规模效益。

第四要科学预测赢利，在开业的前中要结合各种因素，对一定时期的销售额与毛利进行分析，预测赢利与效益。另外还可以用经验判断店址的选择。

3、火锅店的选址与布局：

确定选址原则后，在实施要结合以下几点：选择商业网点集中的地方、人口聚集处、交通便利的地方、具体位置、同行聚集地、特殊口岸，布局上也应当考虑以下思路：扩展性、聚集性、竞争性、多行业协调性。

火锅店的装修设计，要从不同的火锅店实际出发，以建筑风格、火锅档次、地理位置等因素来衡量，以吸引顾客。总体来说装修风格各不相同，但是都应当注意避免以下问题；一是火锅店结构单调，二是店内空气浑浊潮湿，三是店内桌位距小，四是环境空间压抑，五是缺乏独创性特色装饰。

火锅店人员的构成：

1、管理人员：包括总经理大堂经理领班为主要构成人员上了规模和档次的火锅企业还包括有总经办主任策划部经理营销部经理财务部门经理后勤部经理。

2、厨务人员：包括火锅师长、岗位火锅师、墩子、小吃、冷菜、荷活、杂工等。

3、服务人员：包括顾客服务员、厨务服务员、保洁员、安保。

**自助火锅店创业计划书篇八**

舒展飞，年龄30，已婚，08年退伍，从业经历：做过房地产销售、开过水暖商店、开过网络公司、做过商场管理、美食城经理、经理助理等，现在就职于松原鼎商投资咨询有限公司职位经理，一直在关注餐饮行业发展，希望拥有自己的美食事业。

项目定位火锅，主要原因第一：火锅可以标准复制，便于以后开连锁店，有发展空间。第二：调查显示68%的消费者喜欢吃火锅，其次是烧烤。第三：可以省去厨师降低成本，不受技术限制，不至于厨师走了味道就变了。

我们要打造火锅细分市场里的第一，因为没有人能记住第二，就像奥运冠军大家都能记住，但是亚军是谁大家都不知道。

项目位置开在江南，资金到位开始选房子，争取9月底开业正好天气转凉!

投资预算

总面积

吧台、后厨、卫生间、大厅、单间、库房

厨房面积

大约30平左右

切配、洗碗、配锅、炒料、货架、冷冻保鲜

餐位数

按照格局与面积定

装修费用

大约15万-18万

门头、天花、地面、墙面、吧台、后厨、冰箱冰柜、水电、灯、桌椅、设备等

房租

大约6-10万

根据地段面积不同价格不定

流动资金

2万-3万

采购第一批货物

总投资

舒适、简约

投资回报预算

总投资

餐位数

人员配置

切肉一名、改刀一名、配菜一名、洗碗一名、服务员2名、传菜一名、吧员一名

8-11名员工、平均工资按2300元一年总计22万-30.3万

房租

6-10万

人均消费

上座率

日营业额

月营业额

11.7万——15.1万或者20.5万——26.4万

年营业额

140.4万——181.2万或者246万——316.8万

毛利率

55%

水电能源

6-8万

年净利润

净利润=营业额\*55%-房租、工资、能源-装修（28万-50万或者69万-107.9万）

以上可能是比较理想的情况下结果（不理想的情况下再除以2=14、25、34、53万）

投资回报率

理想状态下100%-200%、不理想状态下50%-100%

2、根据每个人的承受风险能力不同，我们设置了多种投资方式：

1、投资499元vip(500个名额)消费享受9.2折待遇

成为股东拥有收益分红权，赠送500元代金卷

2、投资999元一星(250个名额)消费享受9折待遇

成为股东拥有收益分红权，赠送1000元代金卷，赠100元啤酒卡

3、投资1999元二星(100个名额)消费享受8.8折待遇

成为股东拥有收益分红权、赠送2024元代金卷，赠500元啤酒卡

4、投资2999元三星(80个名额)消费享受8.5折待遇

成为股东拥有收益分红权送3000元代金卷1000元啤酒卡赠高级餐具一套

5、投资4999元四星(50个名额)消费享受8.2折待遇

6、投资9999元五星(10个名额)消费享受8.0折待遇

为了更好的有秩序的经营好饭店，以上投资股东不参与饭店运营管理，以免出现分歧，发起人负责整个店面的选址、装修设计、制度建立、营销策略制定、股东可以提出意见建议，发起人成立股东微信群，大家可以在群里进行讨论建议，发起人每月会上报财务报表(所有开支和收入明细表)，所有花销盈利情况股东监督。

此次众筹风险自担，要求年满18周岁，每个股东最高投资不得超过5万元，投资的越多赚的越多，风险越大，每个人根据自身的风险承受能力投资，成功了我们继续开分店，不成功也算是人生一次美好的经历，500元不会影响你的生活，但是可以成就一群人的梦想!伙伴们加入我们吧!成立一个松原最大的团体，抱团取暖，成功属于勇敢的你!

发起人占5%股份，其余95%融资额平均分配，其余细节全体股东在第一次股东大会商议!

1.成立监管委员会(股东内选出5名投资额高者优先考虑)，条件：有时间，有经验，有责任心、年龄不得低于30岁。

2.每位股东签署股东协议(投资多少钱占多少股份)

3.股东出资以后不得已任何理由退股(特殊情况可以转让股份)饭店有回收权力(饭店资金充足的情况下饭店优先回购)!

4.饭店盈利了利润按股份平分，饭店失败了剩余资金和出兑变现金额也按照股份平分!(饭店是大家共同财产)

1、每季度纯利润70%给股东分红，剩余30%作为流动资金，如果店里流动资金充足利润全部按股东比例分红。

2、股东每次消费总额的一半可以使用代金卷(折扣和代金卷不

得同时使用)

3、股东享有分店优先认购权(众筹开分店)

主要是简约大方，给人舒适放松的感觉!

1、先把第一家店开起来，建立完善管理制度，菜品标

准定制，员工管理制度建立。

2、运营1年后如果发展没有问题，计划第二家分店

3、5年内开5家分店，发展加盟店(全国连锁发展)

**自助火锅店创业计划书篇九**

一、市场调查

1、经济发展对火锅的影响，其中包括了消费者对火锅需求的增加、现有火锅存在着各种档次火锅店的结构性矛盾、社会发展和国家政策措施为餐饮行业发展起着巨大的推动作用、客观环境的变化和消费的不稳定等几大方面的因素。

2、传统因素对火锅的影响，其中包含了火锅的历史性、广泛性、文化性、独特性等。

3、周遍环境对火锅的影响，包括政策环境，如开办地的治安状况、职能部门的效率等，基础设施，如道路交通、停车位置、水电气供应、通信网络、采购途径、消费人群、金融、卫生、劳动等与经营密切相关的配套设施，措施优惠，如：税务、各类收费、租金、人才引进等方面是否有优惠政策。

二、客源分析

1、服务对象分析：

消费者的职业特点：一般学生、民工、普通工薪阶层，与高级白领、公务人员，他们的消费习惯和消费档次是不同的。

消费者的年龄特征；如老年人喜爱清淡型，年轻人偏好重味型等

消费者的地区和民族特征不同地域、不同民族的人们对于火锅的锅品要求千差万别，应当加以区别。

当然，由于火锅的相互渗透性、交杂性，很多火锅已经被改良、创新，适合大多数人的口味，具有共性了，但是对于消费者的分析必不可少。

2、顾客消费行为分析：

消费是一个综合概念，消费行为包括消费水平、消费结构、消费方式和消费习惯。

消费方式有个人、家庭、商务、团体等，不同的消费方式在选择档次与品种方面各有不同

**自助火锅店创业计划书篇十**

一、综述：

四川的火锅发展到今天，从火锅的品种、档次、规模、制作、调配、风味等方面已经呈现出了多元化的特点，使各种从事火锅制作并提供火锅消费的企业迅速发展，也引起了从事和即将投资火锅产业的企业和经营者的极大的热情和兴趣。但是，如何开一家正宗的四川火锅店，却是一门不小的学问。

作为火锅店，其基本特征与其它餐饮企业有共通之处，即生产、销售、服务、消费为一体。投资者想要从事火锅行业，必须认真做好市场调查研究，这样可以了解到人们需要什么类型的火锅，掌握火锅风味、特点、方式、地点、人群等信息，在特定的市场区域，开办具有特色的火锅店，以获得稳定而可靠的市场份额。所以说，做好前期的市场调查，是开火锅店决策或投资的前提。

二、火锅市场调查：

(一)、对火锅市场的影响因素：

1、经济发展对火锅的影响，其中包括了消费者对火锅需求的增加、现有火锅存在着各档次火锅店的结构性矛盾、社会发展和国家政策措施为餐饮行业发展起着巨大的推动作用、客观环境的变化和消费的不稳定性等几大方面的因素。

2、传统因素对火锅的影响，其中包含了火锅的历史性、广泛性、文化性、独特性等。

3、周边环境对火锅的影响，包括政策环境，如开办地的治安状况、职能部门的效率等;基础设施，如道路交通、停车位置、水电气供应、通信网络、采购途径、消费人群、金融、卫生、劳动等与经营密切相关的配套设施;措施优惠，如税务、各类收费、租金、人才引进等方面是否有优惠政策。

(二)、客源的调查分析：

1、服务对象分析：

(2)、消费者的年龄特征：如老年人喜爱清淡型，年轻人偏好味重味厚型等等;

(4)、消费者的地区和民族特征：不同地域、不同民族的人们对于火锅的锅品要求千差万异，应当加以区别。

当然，由于火锅的相互渗透性、交杂性，很多火锅已经被改良、创新，适合大多数人的口味，具有共性了。但是对于消费者的分析必不可少。

2、顾客消费行为分析：

消费是一个综合概念，消费行为包括消费水平、消费结构、消费方式和消费习惯等。

(4)、消费习惯体现在，对就餐环境、氛围、品牌、风味、经济等方面形成的习惯。

**自助火锅店创业计划书篇十一**

现在火锅可谓越来越流行，如何开一家正宗的四川火锅店，却是门不小的学问。下面小编为大家整理了一篇火锅店的创业计划书，一起来看看吧：

公司目标是：打造中国火锅业第一品牌。服务宗旨是：顾客至上,在各方面实现顾客满意率百分百。

公司在迅速发展的过程中，保持踏实、稳重的一贯风格，以求实、创新的作风带动企业整体面貌的提高，推动着鲜羔楼连锁事业迈进了新的台阶。

1、宏观/微观 环境分析

要了解涮羊肉，就先得了解涮羊肉的起源。涮羊肉传说起源于元代。当年元世祖忽必烈统帅大军南下远征。在一次行军中，他猛想起家乡的菜肴——清炖羊肉，于是吩咐部下杀羊烧火。厨师知道他性情暴躁，于是急中生智，飞刀切下十多片薄肉，放在沸水里搅拌几下，待肉色一变，马上捞入碗中，撒下细盐。忽必烈连吃几碗翻身上马率军迎敌，结果旗开得胜。在筹办庆功酒宴时，忽必烈特别点了那道羊肉片。厨师忙中有较强的影响力，当年金庸在口福居的北京总店品尝了口福居的羊肉后，对此赞不绝口，并在店里题词。正式口福居的良好的饭菜质量换来了大众的口碑。此外在新乡还有“老北京”涮肉坊，“草原兴发”火锅店，“常来顺”红焖羊肉，竹园火锅城等火锅店在新乡市区的不同地区都有一定的影响力和不错的口碑及影响力。

在这样激烈的市场竞争下，若鲜羔楼没有一定独特的优势，很难在这样的竞争下生存下去，鲜羔楼也已经充分认识到了这一点，逐渐发展了自己的涮羊肉独特的制作方法，也是自己的内蒙古的羊肉在这样的烹制下有了育种不同的纯正的口感。

鲜羔楼拥有万亩羔羊生产基地，您所品尝的每份羊肉，都是精心挑选的现屠宰、现加工和削片的纯鲜羔楼肉。鲜羔楼全部挑选一岁以内羔羊通过去酸、去筋、排毒等多道工序精制而成。其特点为肉质鲜嫩、久涮不老。常食之具有补气益肾、滋阴壮阳、暖胃健体之功效，对病后初愈者效果尤佳。首家独创的三味火锅已在全国连锁，占领了一定的市场，赢得了口碑。而店里附带推出的山珍汤，只喝不涮，具有养颜保健、养目、润肺理气、排除体内毒素之功效，十分适合上班族食用。推出的孜然红汤色泽红亮、麻辣爽口、回味香醇幽长、有开胃健脾、除湿祛风、消除疲乏之功效，为在周末休闲事的商家食品。此品油而不腻、辣而不燥、久吃不厌。人们在鲜羔楼店里感受到的不仅是可口的食品，还有无微不至、面面俱到的服务，让人们有了在家吃饭一样的惬意。正是这样的好产品和好服务，是现在和以后鲜羔楼立足的根本。

坚持以顾客为上帝的原则，全心全意以顾客为中心开展服务和业务，是每个商家都必须坚持的准则。鲜羔楼在这样做的同时，相邻的竞争对手们也都在推出自己新的菜系，新的食品和新的吃法。因此，鲜羔楼必须意识到这一点，长期坚持下去，永远走在市场竞争的前列。

在企业的营销过程中，4p此过程中具有重大的`影响。在市场营销组合观念中的4p 分别是产品( product) , 价格( price) , 地点( place) , 促销( promotion) 。此4p ( 产品、价格、地点、促销) 是市场营销过程中可以控制的因素, 也是企业进行市场营销活动的主要手段, 对它们的具体运用, 形成了企业的市场营销战略;对它们运用的好坏，也深刻影响着企业未来的命运。

1、产品( product)

鲜羔楼作为一个火锅店，主营产品无疑是与火锅有关的产品。鲜羔楼的特色是涮羊肉，这是鲜羔楼的优势，也是鲜羔楼应该主营的招牌食品。此外鲜羔楼的一切食品都应该以涮羊肉为中心开展，这是现在和以后时期鲜羔楼应该坚持的方向，其它毫无疑问都应该以此为中心。

2、价格( price)

鲜羔楼的店面面积为230平方米，客容量为150平方米，由于此店的规模和新乡市人的消费习惯，鲜羔楼的人均消费仅为25元每人。这个价格对于一般的消费者来说，是完全可以接受的。因此，相对于其它的大规模店铺来说，鲜羔楼明显具有一定的价格优势。鲜羔楼应该抓住此优势，在不降低饭菜质量和服务质量的情况下，吸引更多的中低层消费者。

3、地点( place)

鲜羔楼位于新乡市人民路120号，人民路是新乡新建的较为繁华的街道，客流量十分大，尤其是在周末和夜晚，在此路上有众多的消费者。一些较为高档的住宅小区距鲜羔楼很近，加上人民路在新乡的重要的地理位置和周围发达的交通环境，都为鲜羔楼的经营带来了一定优势，十分有利于宣传企业的文化和在广大人民群众中竖立良好的口碑。

4、促销( promotion)

要想在短期内树立企业良好的形象和坚实的基础，采取一定的促销手段是必不可少的，这样有利于人们对鲜羔楼的了解;因此，在开业之初的促销手段，对企业的宣传是必不可少的。宣传是企业必不可少的扩大企业知名度的手段，尤其在开业之初，企业必须把此当作营销方案制定的重点，其它活动应以此为中心来开展。

纸上谈兵不会给企业带来任何效益，只有实际的行动才能给企业带来利益。鲜羔楼应根据自己本身的客观情况，制定符合当地环境的营销策略，为企业的下一步发展作铺垫。具体来说，可以采用以下的几种策略：

(1)开业之初，在集贸市场、商场、小区设起临时或固定摊点。(也可寻求合伙或零售商)

(2)在店面附近拉横幅，发宣传单。

(3)成立一些群众组织，发优惠卡，凭卡消费可优惠打折。

(4)建立密切的客户关系，在客户生日、结婚纪念日或生病时，我们赠送一份小礼品。

(5)新品推出时，配合小袋免费赠品。

(6)请当地名人或政府官员参观、题词、留影。

(7)在当地举办素食文化活动，如重阳节举办百岁老人聚会等，扩大素食及店面影响。

(8)在节假日开展“献爱心”、“孝心”活动，让子女为父母送健康。

(9)参与有关健康、养生、美容、健身的公益活动。

(10)节假日跟当地媒体合作，推出火锅讲座，火锅专栏，火锅菜谱。

公司在发展事业的同时，应是中遵循 “品质为本、诚信至尚、伟业恒绩、决胜千年 ”的企业精神，把 “精、诚 ”二字做为公司的经营理念，以顾客为关注焦点，奉行 “产品质量是生命，优质服务是基础，现代化管理是手段，顾客满意是目标 ”的经营宗旨。 “鲜羔楼 ”在推行国家质量管理体系的基础上，为了保持良好的声誉和形象，总部设在内蒙古包头市的鲜羔楼总公司，对全国的连锁店原材料统一配送，对各酒店实行统一的、强有力的技术指导和监督以及服务。

坚持“顾客至上,在各方面实现顾客满意率百分百”的服务宗旨，不断提高产品质量，最终达到“打造中国火锅业第一品牌”的企业目标，是鲜羔楼奋斗的方向，也是对消费者的承诺。

**自助火锅店创业计划书篇十二**

1.1 成立背景

火锅这种独特的中国美食，千滋百味，诱惑了大江南北人的胃口。如今吃火锅变的家常便饭，正因如此，火锅成为了一种巨大的行业。2024年餐饮市场达到1.2万亿元。2024年将达到7万亿元，2024年后将达到10万亿元。餐饮市场如此之大，而餐饮行业中，火锅据一壁江山，独树一帜，可见火锅市场之大。现代科技成果不断融入餐饮的产品加工、管理经营、产品开发等各个环节，加速了餐饮业标准化和工业化进程，促使餐饮业从传统手工生产转向现代化生产。促进消费作用明显，扩大内需贡献突出。餐饮业是居民休闲消费、社交消费、喜庆消费、会展消费和旅游消费的重要组成部分，也是从事商务活动的重要场所。强劲的餐饮消费对化解收入存量、拉动经济发展效果显著。

据统计，2024年火锅市场容量达到了4000多亿元。在市场占有率方面，小肥羊是火锅销量第一品牌，但其市场份额相比在几千亿的大市场只是市场中毫不起眼的一部分，在火锅市场远远未曾达到一个绝对强势品牌的程度。从市场占有率来看，整个中国火锅连锁市场还处于一个初级层面的竞争，在一个未定型的市场格局之中，一切皆有可能。

与消费品市场相比，徐州市餐饮业增幅较08年有所下滑。但随着经济形势的不断好转以及用餐标准的不断提高，我市餐饮市场在婚宴、家宴、亲朋聚会等传统消费方式以及商贸局组织开展的“伏羊节”、“百家餐饮企业美食大联展”、“健康美食送到家”等大型餐饮业营销活动的有效带动下，仍保持了20%以上的增长速度，较09年上半年提高了10个百分点。彭城壹号、小南湖商业街等月光经济区陆续建成营业，一批极具浓厚文化和休闲主题特色的高档餐厅、茶社、咖啡馆成功入驻，不仅有效带动了我市餐饮市场，同时还大大提升了我市餐饮业的整体品味和档次。但是在火锅店里暂时徐州还没有出现过高档的，较有名的芙蓉火锅、秦妈火锅、小天鹅火锅虽然相对来说好一点，可是没有体现高档餐厅应该给的服务。就此，我们的火锅店完全按照高档酒店式的管理，提供高档式的服务，在徐州造就一个高档的四川火锅品牌。

1.2 店面简介

我们的火锅店提供纯正的豪华型四川口味火锅，有高档的服务，让人进入我们的火锅店感觉到五星级般的服务，其主要体现在以下三点：

一环境：装修布置古色古香，采用了简约古朴与现代时尚审美情趣相结合的装修风格，在不经意间营造了一种轻松自然、舒适怡情的就餐氛围。同时店内所用的餐具和锅具也颇具味道，高档的火锅炉具和粗瓷碗、碟、杯、勺错落搭配，堪称其雅；锅具除了常见的子母锅外，还有四格分档的“不求人锅”、上下双层的紫铜“尊者锅”、独自享用的“景泰蓝锅”。让人在享受美食的同时，也能享受到视觉的愉悦。

二菜品：我们的火锅店，有南京滋奇的先例，它的底锅在网上被不少网友点评为“味道好，而且吃完后还没有一身火锅味”，这些也是我们现在的标准。另外店内主菜所选材料都必须精挑细选，调料都是从麦德龙买来的，主菜都是选最好的，很多菜还是自己做的，如酱牛肉、肉丸、蛋饺等。

三服务：我们的服务是体现在细节上的。点菜时服务人员会适当地提醒顾客并为顾客删减菜品以适应所需，同时告知点的菜端上桌面是不退的。之所以不给退菜，首先是对顾客负责，其次是我们火锅店的自律。顾客多点的菜可以带走，也可以推入火锅处理。

我们火锅店采用水陆两用的经营方式，将主店面设在云龙湖附近，并配合水上经营方式，利用我们的特制船只在云龙湖上服务，这样顾客可以边享受正宗火锅带来的美味又可以放松心情，达到一举两得的目的。我们的主要客户是来云龙湖旅游的高档人群，他们一般都具有一定的经济实力，而且他们更喜欢与众不同的个性化服务，所以对于这类人群我们具有较强的竞争力，我们的主打品牌是四川火锅，另外我们会以高质量的服务以及高效的管理来达到高档次餐饮店的目标，而且我们的火锅采用的是正宗的四川火锅口味，像原材料比如红辣椒等我们都会从四川进行采购，其他的一系列底料我们同样也会原汁原味的从四川地区运往徐州，现在许多徐州的火锅店虽然有不同的口味，但是能够做到真正正宗的还是很少，随着人们生活水平的提高越来越多的外地人来到徐州这个刘邦的故乡进行参观游览，许多喜爱四川火锅的人因无法到达四川而吃不到正宗的火锅，而我们恰恰给他们提供了这一服务。

1.3 市场及销售

随着历史的发展，当火锅品类中的第二分支出现并逐步走上历史舞台，其辣的风味随着移民的加剧、文化的交融而逐步扩大影响，尤其是当继承先人“五熟釜”的智慧而发明创造的“鸳鸯火锅”，使川式的“辣”迅速风靡全国，更成为火锅的第一特征，这决定了川式火锅将取代牛羊肉火锅成为火锅的第一大品类，这是川式火锅的品类机会。

川式火锅所具有的辣的特征，更加吻合火锅品类特征，因此，川式火锅必将超越牛羊肉火锅而成长为火锅的第一大品类，这是川式火锅品类本身存在的最大的品类机会。川式火锅作为目前火锅品类中的第二大细分品类，未来的第一大细分品类，在消费者心智中还没有产生代表性品牌，这是出现在任何一个川式品牌面前的巨大机会。如果成为川式火锅的代表性品牌，就能更多分享到品类增长带来的势能，直至成为火锅的领导品牌。

1.4 财务及风险

根据本火锅店的财务风险假定分析我们有较强的抗风险能力。同时与银行保持良好的信用关系，提高自身的赢利能力，通过合理经营方式带来的现金流来保障现金需求，降低企业财务风险。另外，做好宣传工作的同时可以考虑寻找风险投资商，通过本公司专业人员的财务分析与风险分析，切实找到适合本公司发展的筹资、融资渠道和筹资、融资方式，制定切实可行的资本营运方式，作到资本成本最低化和公司价值最大化。

随着几年的发展，我们公司二到五年的每年平均净利润为600万左右，保证风投一年内回收，贷款两年内还完。企业3年以后已经拥有了一定的管理经验并积累了一定的资本，有能力购回投资公司所持股份，这样可以保持公司的独立性，避免因风险资本的退出给企业运营造成大的震动，创业者们可以由此获得已经壮大了的企业所有权和控制权。

火锅的由来:《魏书》记载，三国时代，曹丕代汉称帝时期，已有用铜所制的火锅出现，但当时并不流行。到了南北朝时期，人们使用火锅煮食就逐渐多起来了。最初流行于我国寒冷的北方地区，人们用来涮猪、牛、羊、鸡、鱼等各种肉食，后来随着我国经济文化日益发达，烹调技术进一步的发展，各式的火锅也相继闪亮登场。到北宋时代，汴京开封的酒馆，冬天已有火锅应市。到了清朝统治的年代，火锅涮肉已经成为宫廷的冬令佳肴。到了清朝末期民国初期，在全国已形成了几十种不同的火锅而且各具特色。日本室町时代，火锅从中国传入日本时在一三三八年。日本称火锅为“司盖阿盖”又称“锄烧”。如今火锅还传到美国、法国、英国等国家。

而我们要做的正是享有“中国四大火锅”之一的四川火锅，四川火锅的发源地是长江之滨--酒城泸州的小米滩（现高坝二五厂）。当时，长江边上的船工们跑船常宿于长江边上的一个很适中的码头—小米滩。停船即生火做饭驱寒，炊具仅一瓦罐，罐中盛水，加以各种蔬菜，再添加辣椒、花椒祛湿（因为有\"菜当三分粮，辣椒当衣裳\"之说）。船工们吃后，美不可言，就这样一传十，十传百，在长江边各码头传开了。

2 . 火锅品种

四川火锅品种共有118种，为了迎合大部分人的口味以及投入更大精力去做更加美味的火锅，我们从118种火锅品种中提取36种作为我们店的主打品牌，其中有：清汤火锅、鸳鸯火锅、啤酒鸭火锅、魔芋鸭火锅、带丝鸭火锅、葡萄酒鸡火锅、泡菜鸡火锅、白果鸡火锅、人参鸡火锅。

**自助火锅店创业计划书篇十三**

火锅一般而言，是以锅为器具，以热源烧锅，以水或汤烧开，来涮煮食物的烹调方式，同时亦可指这种烹调方式所用的锅具。其特色为边煮边吃，或是锅本身具有保温效果，吃的时候食物仍热气腾腾，汤物合一。世界各地均有类似的料理，但主要在东亚地方特别盛行。火锅现吃现烫，辣咸鲜，油而不腻，暴汗淋漓，酣畅之极，解郁除湿，适于山川之气候，今发展为鸳鸯锅，麻辣清淡各别，各取所需，老少咸宜，至冬之佳品。

典型的火锅食材包括各种肉类、海鲜类、蔬菜类、豆制品类、菌菇类、蛋类制品等，将其放入煮开的清水或特制的高汤锅底烫熟后食用。有些吃法还会蘸上调味料一起食用。（大学生蛋糕店创业计划书范文）

一、公司概述

新乡市“鲜羔楼”涮羊肉火锅店位于新乡市人民路120号，在市内可乘31路公交车，城里十字站下即到。草原鲜羔楼，这名字对普通食客来说可能还比较陌生，在像新乡这样的内地城市,这样的正宗的内蒙古涮羊肉更是少之又少。

鲜羔楼于20xx年12月创立于内蒙古大草原上的“火锅之都”包头。以其新颖的三味火锅，独特的五种汤汁口味，八种锅底组合方式，品质优异的内蒙古特制鲜羔楼肉，加之浓厚的中国传统饮食文化气息同深邃的现代市场营销管理而一举成功。在竞争激烈的火锅业异军突起，从而成为一颗璀璨的餐饮之星。

总部设在内蒙古包头的内蒙古鲜羔楼餐饮有限责任公司，已经国家工商总局商标注册，三味火锅和羊肉加工新工艺已获国家两项专利。20xx年12月又被中国烹饪协会评为“绿色餐饮企业”称号。鲜羔楼人凭着高度的责任心和敬业精神，以质量树品牌、以诚信求发展，同时逐步形成一整套加盟、策划、培训、配送、管理、营销的专业化管理模式。现已在全国发展加盟店300多家，90家地区总代理开范文开范文。并正以势不可挡的速度向全国迅速扩展。

公司目标是：打造中国火锅业第一品牌。服务宗旨是：顾客至上,在各方面实现顾客满意率百分百。鲜羔楼在20xx年创建以来，生产理念不断推陈出新，在全国创以300余家加盟连锁店。公司在迅速发展的过程中，保持踏实、稳重的一贯风格，以求实、创新的作风带动企业整体面貌的提高，推动着鲜羔楼连锁事业迈进了新的台阶。

二、环境分析

1、宏观/微观环境分析

要了解涮羊肉，就先得了解涮羊肉的起源。涮羊肉传说起源于元代。当年元世祖忽必烈统帅大军南下远征。在一次行军中，他猛想起家乡的菜肴——清炖羊肉，于是吩咐部下杀羊烧火。厨师知道他性情暴躁，于是急中生智，飞刀切下十多片薄肉，放在沸水里搅拌几下，待肉色一变，马上捞入碗中，撒下细盐。忽必烈连吃几碗翻身上马率军迎敌，结果旗开得胜开。在筹办庆功酒宴时，忽必烈特别点了那道羊肉片。厨师忙中有较强的影响力，当年金庸在口福居的北京总店品尝了口福居的羊肉后，对此赞不绝口，并在店里题词。正式口福居的良好的饭菜质量换来了大众的口碑。此外在新乡还有“老北京”涮肉坊，“草原兴发”火锅店，“常来顺”红焖羊肉，竹园火锅城等火锅店在新乡市区的不同地区都有一定的影响力和不错的口碑及影响力。

在这样激烈的市场竞争下，若鲜羔楼没有一定独特的优势，很难在这样的竞争下生存下去，鲜羔楼也已经充分认识到了这一点，逐渐发展了自己的涮羊肉独特的制作方法，也是自己的内蒙古的羊肉在这样的烹制下有了育种不同的纯正的口感。

鲜羔楼拥有万亩羔羊生产基地，您所品尝的每份羊肉，都是精心挑选的现屠宰、现加工和削片的纯鲜羔楼肉。鲜羔楼全部挑选一岁以内羔羊通过去酸、去筋、排毒等多道工序精制而成。其特点为肉质鲜嫩、久涮不老。常食之具有补气益肾、滋阴壮阳、暖胃健体之功效，对病后初愈者效果尤佳。首家独创的三味火锅已在全国连锁，占领了一定的市场，赢得了口碑。而店里附带推出的山珍汤，只喝不涮，具有养颜保健、养目、润肺理气、排除体内毒素之功效，十分适合上班族食用。推出的孜然红汤色泽红亮、麻辣爽口、回味香醇幽长、有开胃健脾、除湿祛风、消除疲乏之功效，为在周末休闲事的商家食品。此品油而不腻、辣而不燥、久吃不厌。人们在鲜羔楼店里感受到的不仅是可口的食品，还有无微不至、面面俱到的服务，让人们有了在家吃饭一样的惬意。正是这样的好产品和好服务，是现在和以后鲜羔楼立足的根本。

坚持以顾客为上帝的原则，全心全意以顾客为中心开展服务和业务，是每个商家都必须坚持的准则。鲜羔楼在这样做的同时，相邻的竞争对手们也都在推出自己新的菜系，新的食品和新的吃法。因此，鲜羔楼必须意识到这一点，长期坚持下去，永远走在市场竞争的前列。

三、4p分析

在企业的营销过程中，4p此过程中具有重大的影响开范文工作计划。在市场营销组合观念中的4p分别是产品(product),价格(price),地点(place),促销(promotion)。此4p(产品、价格、地点、促销)是市场营销过程中可以控制的因素,也是企业进行市场营销活动的主要手段,对它们的具体运用,形成了企业的市场营销战略;对它们运用的好坏，也深刻影响着企业未来的命运。

1、产品(product)

此外鲜羔楼的一切食品都应该以涮羊肉为中心开展，这是现在和以后时期鲜羔楼应该坚持的方向，其它毫无疑问都应该以此为中心。

2、价格(price)

鲜羔楼的店面面积为230平方米，客容量为150平方米，由于此店的规模和新乡市人的消费习惯，鲜羔楼的人均消费仅为25元每人。这个价格对于一般的消费者来说，是完全可以接受的。因此，相对于其它的大规模店铺来说，鲜羔楼明显具有一定的价格优势。鲜羔楼应该抓住此优势，在不降低饭菜质量和服务质量的情况下，吸引更多的中低层消费者。

文档为doc格式

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