# 早餐店创业计划书(模板9篇)

来源：网络 作者：琴心剑胆 更新时间：2024-07-22

*计划是一种为了实现特定目标而制定的有条理的行动方案。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。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。早餐店创业计划书篇一现代人生活节奏快，特别在城市,大多数人...*

计划是一种为了实现特定目标而制定的有条理的行动方案。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。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。

**早餐店创业计划书篇一**

现代人生活节奏快，特别在城市,大多数人早餐都是在外面买着吃，很少自己在家做的。开家早餐小吃店，前景是很好的。开家早餐小吃店，最重要的是选址，要有足够的客流量，一般工厂、学校、居民区的客流量都很大，其次就是经营范围及服务人群的选择，工厂附近你搞个茶餐厅肯定不合适，相反，小区附近，你搞个流动早餐车业不合适，再次最重要的就是早餐的种类和口味，这个是口碑宣传的基础！如果你想开早餐小吃店，自己没经验，周围亲朋什么的也不懂。可以看一下下面的某创业者的早餐创业计划书，也许对你会有所帮助。

一、创业前的准备：主要产品及服务、服务人群！

我想在学校开家早餐店，主卖米粉和粥。学校大概有5万师生，学校周边还有普通住户，由于去市里有20多分钟的车程，所以大家一般都在学校。学校中心有个商业中心，也就是小吃精品店之类的，学生上课都要经过那，也是这学校最热闹的地方。那有好多餐饮店，却没有一个看上去比较卫生的。我的老师说宁愿在家吃泡面也不去那吃，可学生不一样啊，在那边上还有家网吧学校的人大都在那上网，所以我想开家中档的早餐店应该有很赚吧！学校有4、5个食堂，可米粉和粥却不怎么样，我只在食堂吃过一次就在没吃过了，在学校的论坛上也看到不少人攻击学校的食堂。

二、创业中：店铺的选址及租赁、店铺的装修设计、服务流程、宣传策划！

我准备租4间20平方的门面（那里全是平房，而且都是20平方左右）一月大概4000，厨房16平方，卫生间和杂物间共8平方。简单装修，墙群为绿色，其余为白色，天花板用塑料绿色植物装饰，玻璃门。希望给学生们一种清新、自然和放松的心情。圆大理石桌，鼓状凳，靠墙则用方型桌。

我认为大理石好清理，看上去也比较干净。刚开店时在门前放些需要捐款的图片资料，最好是校内的。在门口旁放个捐款箱，告诉他们每天捐一角钱，世界将因为他们而改变。利用大学生的同情心，达到宣传和满足他们希望帮助他人的欲望。所以我的店里只有牛奶或豆浆卖9角钱，其他都卖整数，柜台正对门口，上方是菜单和本店主题“让一角钱传达你的爱”，先在柜台付帐点单，点单时服务员必须紧接着问需要牛奶还是豆浆，让顾客没有选择不要的机会。然后由服务员拿单到厨房，客人那也留份单，最后由服务员从厨房上菜。

这样我还把慈善顺便做了。早上应该不愁客人，所以我放点英语学习方面的，毕竟一天之季在于晨嘛。中午大家一般都吃饭，所以我决定在中午搞促销，在中午12点半放首外文歌，尽量选好听的，第一个说出歌名的将免费吃一碗米粉或粥。晚上6点半同样。

三、费用的计算：装修费用、房租、工资、营业管理费等！

这样还能增加在学校的知名度。要一名学徒也800吧，大概需要8万元，装修30000元（包括空调，厨房设备等），首付房租3个月12000，18000用于营业，20000做流动资金。

我希望营业额是30000

除去

工资6500左右

房租4000

水电杂费1000左右

煤气2024

税收杂项1000

说实话，原材料方面我还不太了解，不过我想过桥米线的生意那么大，米粉和粥的利润肯定不小，而且自我感觉米粉和粥的成本比教低，所以原材料这项我的预算是30%。

粗算下30000-14500-9150=7350 ，7350里的2350储存用于寒暑假期的预备资金，自己能拿5000左右。平均每天要挣1000元，每位顾客平均消费4元的话，需要200多位顾客。

重庆广播电视大学

《创业设计》课程设计

论文题目 爱心早点配送创业设计书 学生姓名学 号专 业 所在分校

指导教师（签名） 课程论文考核成绩

重庆广播电视大学

2024年 6月22日

1

2

目录

一、公司基本情况

二、产品与服务描述

三、行业及市场

四、营销策略

五、财务预算

六、风险控制

3

爱心早点配送创业计划书

一、公司基本情况

1．名称：“爱心”早点配送有限责任公司

住所：合川区希尔安大道

2．经营范围：负责向专门的早餐店进购早餐并根据消费者需求配送早餐，送到消费者手中，并且准时送到。

3．公司构成：我们“爱心”早点供应公司是有限责任公司，由八个股东共同出资成立。

4．公司注册资本：50万

5．股东姓名：

6．股东出资方式：实际资金额

7．股东转让出资条件：由三分之二股东同意则可转让

8．公司的机构：董事会：设董事长一名

监事会：监事一名

市场营销部：经理两名，其余为十五名配送人员

人事部：经理两名（其中一名经理兼任监事）

财会部：会计一名、出纳一名

9．议事规则：定期召开董事会、股东大会，由董事会先得出初步议事决定，再

交股东大会审核决定。

10．公司法定代表人：董事长

11．公司的解散事由：（1）股东大会决议解散；（2）因公司合并或者分立需要

解散的；（3）违反法律行政法规被依法责令关闭。

12．清算：成立清算组，制定清算方案，最终清算终结，办理注销登记。

二、产品与服务描述

根据我们做的调查问卷显示，90%都有吃早餐的习惯，这就为我们的计划提供了一个良好的契机。

首先，确定我们的消费主体，以及消费水平。根据调查，70%的早餐消费水平都在2-3元，他们不会在早餐上花过多的钱。所以我们的合作伙伴应寻找中低档次的早餐店或小吃店。我们必须为他们提供物美价廉的食品，我们的服务费不应过高。 其次，送餐时间。根据调查，80%的早餐时间都在7点左右，所以我们不仅要提早进行准备工作，还要与合作伙伴作好沟通工作，因此保证为顾客送去新鲜保温的食物。

再次，早餐的内容也是一个重要的问题，90%还是会选择比较普通的、低价格的传统食物，如：粥，牛奶、包子、豆浆、混沌、面包、油条、煎饺等。这样，我们即可以确定我们的合作对象，有可以制定比较有规律的早餐表。当然其余的食物可以根据个人喜好来定，如果有必要，我们会额外增加其他的早餐品种。

着肚子上课或者开始一天的工作。

有的消费者不选择叫外卖是有原因的，例如：担心外卖费太高，食物不卫生不新鲜，不能及时吃到早餐等。所以，我们首先必须要客户们对我们产生足够的信任感，比如事先说明我们的服务质量，保鲜、卫生技术，派送速率及合理的服务费等。这样这个问题是容易克服的，这个问题应该不成问题。

最后，虽然有很35%的调查对象是不能接受我们的配送计划，20%是无所谓，但是他们仍然具有一定的购买力，如果服务品质好，他们也是能够接受的。还有45%的被调查者是可以接受我们的上门服务的，他们表示这样的服务很人性化，具有一定的市场潜力。因此，我们的可行性还是很大的。只要我们提供合乎客户要求的服务，他们便会接受并支持这一计划。

总之，在进行了市场调查之后，我们可以从数据看出：我们的市场广阔，前景可观。

三、行业及市场

（一）背景

一日三餐必不可少，早餐更是重中之重，早餐的质量优劣决定着人们整天的精神状态的好坏。因此我们把我们的眼光投向这一重要领域，再加上如今人们思想的现代化，越来越少的人愿意自己动手准备早餐，尤其是学生以及一些大中型公司的职工，一来由于早上时间急促，二来自配早餐过于麻烦，所以我们为他们配送早餐的计划是十分有前景的。现在有很大一部分人早饭都去一些早餐店吃，或者有些甚至打包在路上吃。而且有时可能由于多方面原因，会买不到他们想吃的。这样，如果我们可以根据客户的口味配制好他们需要的早餐，并且保温保鲜地送到他们手中，他们还会有拒绝的理由吗？这也再次说明了我们的计划的\'可行性。现在我们的服务对象初步定在学生与公司员工两者上，是经过深思熟虑的，这是一个庞大的人群，从而为我们造就了一个很大的市场，且学生们需要营养的早藏来为一天的学习打好基础，而公司也希望员工们都有一份营养均衡的早餐来使员工们以饱满的精神状态迎接每一天。因此，对学生、公司员工实行我们的计划是有根据且完全可行的。

（二）前景

虽然现在我们的市场还不大，许多社区居民都是在家里有家庭主妇作好早餐，然后舒舒服服吃下营养早餐。许多学生起床起得早大多在食堂吃，起床晚的干、干脆不吃早餐，但我们公司有信心把市场扩大。我们公司的早点种类繁多，包括一些饮食店的特色食物和各式小吃，而这些饮食店一般是不派送的。

（三）竞争对手

《孙子兵法》有一经典战略思想：“知己知彼，方能百战百胜。”经营也一样，不仅需要了解自身的优势和弱势，同时也需要了解竞争对手的优势和弱势。

我们这个创业计划主要经营的是早餐配送，而重要的服务对象是学生和各家公司，以及其他有意向订购早餐的人群。又根据市场调查，大部分人是选择出去吃早餐，或在家自己做的。所以我们的竞争对手应是食堂、各早餐店以及顾客本身。

首先是食堂，学生们已经习惯在食堂就餐，而且食堂既经济有卫生，所以我们面对这个竞争对手时，应从两方面入手：一是食品本身，二是服务质量及时间。食品方面，我们必须做到物廉价美及品种丰富，而服务方面我们必须是随叫随到。其次是各家早餐店，他们既是我们的竞争对手，同时也可成为合作伙伴，我们可以与他们建立合作关系，这样既可以减少竞争压力，同时也可以丰富我们的食物种类，从而达到共赢。再次是顾客本身，就是自己在家做早餐的人群。自己在家做早餐虽然卫生、经济且合乎个人口味，但费时费力。我们的计划可以使他们减少在早餐上时间和精力的花费，并可使他们在早餐的品种上有更多的选择余地。

总之，竞争就是一种动力，只要我们处理好我们与竞争对手的关系，善于借鉴与学习，相信我们的计划会有较大的前途。

（四）销售计划。根据市场调查，在平时 我们公司的顾客群可分为3部分；1住校大学生2公司员工3小区住户，我们将对他们做一定的宣传，以方便快捷并美味的早点吸引他们。

在节假日，我们的顾客群则是大众，使人人都享受一个完全放松的假期

（五）材料供应计划。1. 食品：我们与乡村基、德客士等供应早点的餐饮店联系，有他们提供各类早点。 2. 运输工具 购买货车以及自行车。 3 .保温工具 向工厂订制。

四、营销策略

我们通过出各种海报，以供阅览。也用复印传单到人流旺盛区传发给社会各界人士。我们也可开通热线供大家咨询，同时也可上网，在我们的网站上查询。并且在高校，小区，写字楼密集的地区加大宣传力度。同时在长假来临，寒暑假之即搞一系列的促销活动。总之，我们的宣传会很到位。

（一）总店：

可以在靠近学校比较集中或写字楼与小区的附近选一个店面，在较显眼的，人流进出集中的地方，以便更多人群看到，令他们产生兴趣并传而广之。

（二）流动服务站：

我们会有专门的销售人员进行类似与定牛奶的方式来推广我们的服务，方便了消费者，使他们很愉悦的和我们合作。或者到一些高校里面向同学们宣传，让有兴趣的人来加入我们。不至于什么都不吃就去教室上课而把自己的身体弄坏。

（三）网站：

通过建立网站的方式，在网上预定，联系好要预定早餐的人，然后上门服务。服务到位。令接受我们服务的消费者吃下我们精心配制的早餐。

还可以通过以下方式进行宣传：信封，名片，公文夹，工作证，公章，单据，合同书，广告，橱窗，纪念品，目录，包装，门面，招牌，卫生桶，毛巾，茶具，工交车，工作服，帽，胸卡.......

五、财务预算

早餐成本+运输等费用=72000元

第一年收回成本，第二年保持目前态势发展，第三年括展营业点。

第二年预算：预计利润：874500元

第三年预算预计利润：954000元

六、风险评估与防范

我们这个计划在这里进行风险的评估。由于我们的计划利润随着定餐人数承认的多少而有所变化，所以具有一定的风险。我们是采用报表分析法对计划做评估的，这种方法比较直观，客观和准确。

失；销售能力如何，是否形成产品积压等。

公司持有的风险有经营风险和财务风险。市场对公司产品的需求越稳定，经营风险就越小。我们的这个计划是适合大多数学生，上班族，和一部分的家庭。同时在假日会有比较好的销售。所以需求量相对而言是比较稳定的。而我们的售价变化不大，原料的采购价格，工人的工资变动也不大，经营的风险也就不会太大。

对经营风险的防范，关键是对各种因素进行分析，避免其对生产经营的不利影响。首先要指定一份完善的商业计划书，并进行全面的评估，以此来全面检验创业计划的可行性，避免发生挫败的可能性。第二，持续地降低成本可以通过以下途径：

（1）开发新产品，改进现有产品的设计，利用价值工程等方法提高产品的功能成本的比例；（2）采用先进的设备，工艺，材料（3）开展作业成本计算，作业成本管理和作业管理。（4）改进员工的培训，提高技术水平，树立成本意识。

防范经营风险还要适度多缘化经营，分散经营性风险。

影响财务风险的主要因素有：公司的负债率水平，投资回报水平，现金的流量和资产的流动性。

用品不如食品。“民以食为天”，中国人有文明世界的饮食文化。食品的规模，品种，布局，结构一般不予干涉。食品业投资也可大可小，切入较容易，选择余地大。

经过我们全组成员的确切的市场调查之后，得到准确的数据。经过我们全组成员的共同努力，我们制定了上述创业计划书，这是符合市场需求的，是建立在消费者需求上的，因此这个计划前景广阔，是能成功付诸于实践的。

**早餐店创业计划书篇二**

一、行业与发展前景

目前xx地区早餐市场仍处在就餐环境差、品质卫生差、服务意识差的“三差”阶段。没有一家专业正规的早餐品牌。由于早餐的低利润和连锁经营管理方法的欠缺，本地餐饮界无人愿意投资发展连锁早餐。与传统正餐、特色餐饮及夜市餐饮的白热化竞争场面形成了鲜明对比。

然而随着现代都市人消费观念的转变，越来越多的人愿意外出食用早餐来节约宝贵的时间，也越发在意早餐的质量。市场的格局正在改变，品牌早餐呼之欲出。早餐将成就一个前景无限的广阔市场。

二、客源市场分析

xx城市规模位居全省第二，城区常住人口110多万，是名副其实的大中型二线城市，是国家产业向中西部转移的重点开发区域。目前地区产值、人均收入正在快速增长。

xx人一直有在外过早的习惯，每天早上大概有60%的人选择在外就餐。以目前人均4元的标准计算，这将是一个日均260多万的大市场(110万\*60%\*4元)。

三、市场竞争与对策

最大的竞争来自于无处不在且价格低廉的路边摊、面馆等。

“安心早餐”立志于做平民早餐工程，我们通过集中采购降低食品成本、流水线标准操作降低人工成本、科学选择店址降低铺租成本等一系列手段将运营成本压缩到最低，从而提供真正物美价廉、物有所值的早餐。

四、政府产业政策

市民放心早餐已被列为国家重点民生工程之一，各地政府都有相应的扶持政策，在许多一二线城市已有经营发展良好的放心早餐品牌(如苏州一百放心早餐工程)

“安心早餐”计划在人力资源方面也尽量吸纳下岗职工、外来劳工等社会弱势群体。努力成为地区下岗再就业示范企业。

**早餐店创业计划书篇三**

第一章

企业产品与服务

一、企业经营模式

集中采购加工配送原物料，在各门店采用流水线作业出品，为顾客提供自助式服务。

借鉴知名中西连锁餐饮品牌(如麦当劳、肯德基、真功夫等)的经营模式并根据地域特点加以改进。

二、企业主要产品结构：

前期产品共设三大块：a、xx牛肉面/汤粉系列配黄酒和豆浆;b、江浙汤包系列配各式粥品{玉米粥、红豆粥、清粥等};c、西式糕点系列配牛奶和咖啡等。

三、中心餐饮与直营餐饮

粉面系列和汤包系列由公司直属运营。

四、加盟餐饮

西式糕点系列邀请知名西饼品牌加盟。

五、增值服务

后期规模允许的情况下，可设立与一卡通/公交卡一体的早餐卡，并对学生、老人、社会弱势群体适当折扣。在各门店增设一些便民服务项目(如寄存、邮寄、干洗等)，实现真正的民生化。

六、服务质量控制

将顾客满意度与各管理层绩效挂钩，公司采取定期督导巡视、神秘顾客意见调查、消费者意见反馈等方法来监督服务质量并加以改善。

第二章

行业和市场分析

一、行业与发展前景

目前xx地区早餐市场仍处在就餐环境差、品质卫生差、服务意识差的“三差”阶段。没有一家专业正规的早餐品牌。由于早餐的低利润和连锁经营管理方法的欠缺，本地餐饮界无人愿意投资发展连锁早餐。与传统正餐、特色餐饮及夜市餐饮的白热化竞争场面形成了鲜明对比。

然而随着现代都市人消费观念的转变，越来越多的人愿意外出食用早餐来节约宝贵的时间，也越发在意早餐的质量。市场的格局正在改变，品牌早餐呼之欲出。早餐将成就一个前景无限的广阔市场。

二、客源市场分析

xx城市规模位居全省第二，城区常住人口110多万，是名副其实的大中型二线城市，是国家产业向中西部转移的重点开发区域。目前地区产值、人均收入正在快速增长。

xx人一直有在外过早的习惯，每天早上大概有60%的人选择在外就餐。以目前人均4元的标准计算，这将是一个日均260多万的大市场(110万\*60%\*4元)。

三、市场竞争与对策

最大的竞争来自于无处不在且价格低廉的`路边摊、面馆等。

“安心早餐”立志于做平民早餐工程，我们通过集中采购降低食品成本、流水线标准操作降低人工成本、科学选择店址降低铺租成本等一系列手段将运营成本压缩到最低，从而提供真正物美价廉、物有所值的早餐。

四、政府产业政策

市民放心早餐已被列为国家重点民生工程之一，各地政府都有相应的扶持政策，在许多一二线城市已有经营发展良好的放心早餐品牌(如苏州一百放心早餐工程)

“安心早餐”计划在人力资源方面也尽量吸纳下岗职工、外来劳工等社会弱势群体。努力成为地区下岗再就业示范企业。

第三章

营销战略与cis计划

一、 营销目标

让“安心早餐”品牌深入xx市民心中，成为人们早上外出就餐的不二选择。

二、 营销策略

1、 赞助公益事业。

2、 帮扶弱势群体。

3、 积极参与社区活动。

4、 适当回馈社会。

5、 永远不做高投入的广告宣传。

三、 营销队伍建设计划

在各门店运营稳定的情况下，公司成立推广部，设立推广经理一名，各店设推广代表一名。

推广人员主要职责：收集顾客意见、推动顾客关怀文化、组织推广活动、商圈调查等(参照麦当劳、肯德基推广组工作模式)。

四、 cis计划

mi(思想识别系统)：在公司内部大力推行企业经营宗旨“永远致力于为顾客提供卓越的用餐价值”，使之融入所有人思想行为中去。

bi(行为识别系统)：带动公司积极参与社会公益活动，以实际行动实践一个企业的社会责任;日常工作中严格执行操作标准，追求高水平的qsc(品质、服务、清洁)，让顾客感受到真正的价值。

vi(视觉识别系统)：统一制服、招牌、餐具、标识等。注册“安心早餐”商标，经营及对外活动中，使用统一logo。

五、 餐饮文化活动营销策略

1、 将安心早餐的“牛肉面系列”打造成襄樊地区特色饮食代表之一。

2、 把“健康营养”作为品牌发展战略重心，让顾客真正吃的“安心”。

第四章

项目建设计划

一、 项目建设内容与规模

1、 中央厨房：

仓库：干湿货仓各一个

加工间：面条加工档、包点案、饮品档、味料档。

配送：租赁两厢货车一台(需具备冷藏功能)。

2、 门店：

营业面积300-400平米左右，可摆放10-20张散台;厨房建设成半透明式，使顾客可以看到整个操作过程;厨房分为3个档口：面档、包点档、西点档;大厅设自助点餐柜台(顾客先买单，凭电脑小票到各档口取食品)。

二、 项目选址与地区概况

选址标准：1、人流较大的居住区、市场、医院、商超、写字楼、学校等附近。

2、竞争者聚集点。

3、注意规避高铺租带来的经营压力。

项目地区概况：xx地区早餐多集中在江边、各大医院、菜市场、学校或居民小区等附近。大多是零散经营，店铺面积在30-50平米左右，且占道经营现象普遍，周边卫生条件差。

三、 建设成本控制

1、 店面基本装修费用3万元左右。

2、 硬件设施及餐厨具购置费用2.5万元左右。

3、 加工中心装修及设备费用5万元左右(前期以空调房暂代保鲜库，以冰柜暂代冻库)。

4、 办公设施投资3万元左右(电脑自动化办公、收银、物控系统)。

5、 其它设施约2万元。

第五章

发展战略与目标

一、 公司长期发展战略

在经营宗旨指导下寻找合理的利润增长点，让“安心早餐”品牌持续良性的稳定获利。

二、战略发展目标

将“安心早餐”建设成为襄樊乃至湖北地区最成功的早餐品牌。

三、企业经营发展战略

尽一切努力降低运营成本以提供价值不凡的产品给每一位顾客。

第六章

公司管理

一、 公司组织结构

前期分店人员配置：店经理一名，储备干部一名，推广代表一名，洗碗工一名，员工6名(依照营业情况安排员工数量)。

后勤中心人员配置：后勤负责人一名，工人6名。

二、管理机制

1、建立标准的运营流程

2、建立系统的训练系统

3、建立完善的晋升机制

4、建立完善的督导机制

5、完善数字化管理

6、规范服务标准

7、建立顾客满意度管理体系

8、强化员工职业心态建设

9、强化服务过程督导

三、人力资源计划

1、公开透明的晋升机制

2、持续循环的学习培训

3、不断储备管理人员

4、努力提升员工满意度

四、企业文化

尊重个人、追求卓越、共同成长。

第七章

财务分析

一、 营业收入预测

前期将产品定价高于市场同行15%(提高品质、服务、清洁的附加成本)，各门店前期预计日均营业额在2500元左右，以人均6元的消费水平，每天接待客人400人次左右，预计营业额年增长率60%，一年后日营业额达到4000元左右。

二、营业成本

食品成本(原物料)：35%

运营成本：(能源、损耗、运输、税、铺租等)25%

人力成本：(人工)13%

管理成本：(间接人工)2%

净利润：25%(利润率与营业额成正比)

三、财务分析结论：

餐饮行业现金周转较快，在前期投入后，后续不再需要大笔投入。

“安心早餐”采用中央厨房集中配送，前期门店较少的情况下，运营成本相对较高，随着门店的增多，间接成本将会逐渐降低。

预计一年收回投资。

第八章

融资要求说明

一、 资金需求及使用计划

前期投资30万元，其中基建费用约24万元，剩余6万元作为运营流动资金。

预计一年后，“安心早餐”扩张到5家门店，在这个过程中再行追加20万元投资。

后续发展只依靠营业所得利润即可。

二、投资建议及股本结构

1、现金投资方承担全部资金投入，持有“安心早餐”品牌80%股份;

2、计划执行人(以下简称管理方)持有“安心早餐”20%股份。

3、合作双方需严格执行《合作守则》，及时追加投资，不可挪用、撤出或变相转移共有品牌资产。

三、投资者权利安排

1、现金投资方负责对公司财务状况、投资策略进行监督。

2、管理方负责公司全面运作。

3、公司财务对合作双方透明。

四、投资方介入公司业务程度建议

1、投资方一般情况下不可介入公司业务，只对公司财务状况进行监督。

2、在公司营运出现严重失误，导致无法正常运转或严重损害“安心早餐”品牌形象时，经董事会投票决定，可由投资方另行委派管理者，双方股权结构不变。

五、风险投资退出程序

1、自正式运营之日起，三年内投资方不可以任何形式撤出投资。

2、期满，经双方友好协商达成一致后，投资方可撤出资本并归还股权。

注：未尽详细处参照《合作细则》

第九章

风险及对策

一、 行业风险及对策

早餐行业属低投入、低风险、低收益的行业，只有通过高客流做高营业收入才能保障有利可图。因此必须通过提高品质、服务、清洁等综合价值使品牌在同业中占据主导地位。

二、市场风险及对策

xx早餐市场消费偏低(近两年提高不少)，价格竞争风险大。“安心早餐”的定价略高于市场同行，我们通过提高整体就餐质量来让顾客感受到“物有所值”。

三、经营风险及对策

早餐的利润率低，在经营过程中最大的风险莫过过于浪费和内耗。公司建立完善的利润管控体系，在人力资源方面也尽可能做到人员结构扁平化、工作高效化。

五、 不可抗力及对策

建立良好的公共关系，在不可抗力事件发生时，争取各方面的支持。

附注一点：襄樊地区独特的牛肉面在本地早餐占绝对主导地位，目前早餐市场急需整合。

xx是个标准的地级市，有110多万城市人口，城市面积甚至大过省会城市。目前发展较快，正在中部地区崛起。

希望有实力和远见的个人、企业或机构来合作，本人曾在真功夫、蓝与白、肯德基任职管理层近，希望各位能给出中肯意见。非常感谢!

谢谢大家的回帖，我现在一直在反思一个问题：快餐行业怎样降低人力成本保持获利能力?人力成本在将来一定是餐饮行业这种人力密集型企业的发展死穴。高度标准化减少人力操作过程和提高出餐速度做到柜台自助式服务是唯一的解决方法。真功夫在后一点还是不错的，60秒出餐可以提供柜台自助式服务，这是真功夫发展到今天的关键。但是在前一点“减少人力操作” 方面，仍然是真功夫不能处理好的，麦当劳做3w的店厨房只需要3-5人(厨房跟总配)，而真功夫至少需要8-10人。制售模式和产品结构跟m k还是有一定距离的。

不过作为曾经的真功夫人，还是衷心祝愿真功夫越来越好!

这段时间有朋友对早餐连锁店以门店式经营的可行性表示质疑，主要是早餐利润率低，如果以固定店面提供堂食，铺租成本和人工成本必然导致获利能力下降以至于无法做大规模。

我个人认为早餐一定要做到方便快捷，中式早餐不适合外带，坐在办公室、公交车上或边走边吃都不方便。利用科学的方法进行控制，那么我们也是可以提供优质的堂食早餐的。

“安心早餐”致力于提供卓越的顾客价值，让每一位客人感受到物有所值和值得信赖。为达成这一目标必须要在以下几个方面下功夫：

1、选址：规避高铺租成本，不选繁华闹市、黄金码头。参考：学校、居民点、集贸市场、商务或商住区、医院附近，保证有充足的人流和用餐的刚性需求。店面要具备价格不高、方便易找到、为某一商圈顾客提供服务的特点。

2、 硬件设施投入：客人大多对早餐最注重的是质量和便捷性。而对舒适感和档次的要求不高，在用餐环境的硬件投入不要过高，店面要宽敞透亮、干净卫生。

3、 标准化操作：精选早餐品种，通过对制作流程标准化控制达到高速出餐，以提供柜台或档口自助服务来降低人工成本，同时带来高翻台率增加tc。

4、布点：店面以一定密度进行布点，用高覆盖率来实现规模效应，提高知名度及降低营运成本。

5、 不做高投入的广告宣传。

通过以上方法我认为可以将成本控制在理想范围内，从而获得合理利润。

麦当劳和肯德基是属于西餐，做法非常简单化，裹粉 炸制 打汉堡酱 装盒 完活，一个就卖12.5，炸制需要6分钟，一次最多可以炸18片，18个汉堡的数量 打酱装盒半分钟，西式快餐程序很简单的 不像中式快餐那么复杂 人力起码是西式快餐的2倍 利润还不及麦当劳和肯德基 但麦当劳和肯德基 现在基本快要过时了，人们都认知到西式快餐是洋垃圾，吃了对身体不好，而中式快餐才刚刚发展，会有希望的。

**早餐店创业计划书篇四**

西餐：1，高档餐厅：讲究品位和档次。

价格高。

适合高收入人士。

2，快餐店，如麦当劳，肯得基等。

适合青少年消费。

中餐：1，酒店：以规模经营取胜。

2，小酒店：以特色招牌菜取胜。

3，连锁快餐店：以连锁规模经营取胜。

4，大排档：以价廉物美，随意取胜

如果在激烈竞争的市场中寻得立足之地?“卖”点很重要。

中国传统食品“粥”为主要产品的系列产品虽然知道的人多，但经营得好的不多。

既是盲点，也是卖点。

只要有好的产品和好的经营方式，就能在市场上大行其道。

取得很好的效益。

“粥”字典解释：稀饭。

一种用粮食或粮食加其他东西煮成的半流质食物。

食粥是中国人一种传统的饮食习惯。

已有数千年历史。

是人们的主要饮食之一。

特别是佛门弟子的主要食物。

灾荒之年朝廷和官富之家搭“粥”棚赈灾说明了“粥”对于生存的重要。

随着时代变迁，人们不仅要吃好，还要吃巧。

现代研究表明：食 “粥”更有保健，美容食疗等功效。

应用药粥是摄生自养，简单易行的最好方法。

至今“粥”仍是全国甚为流传的食物之一。

如北方的小米粥，玉米粥;广东的艇仔粥及弟粥更是流传海外，风行东南亚。

其效用除一般饮食外，还可以作为预防疾病，治疗疾病,养生美容.由于种种原因，如方式分散，品种单一，营销方式不对，形成不了产业经营。

我们正是看准机会，挖掘整理，搜集选择了几百种实用粥谱，推出《禾口一粥》系列产品满足市场需求。

经调查研究表明，这是一个投资风险小，用途广泛，本小利大，市场前景可观，回报率高的产业之一。

二. 市场研究及竞争状况

目前人们对粥的认识还局限于一般的状态，品种单一，常见的白粥配咸菜，八宝粥(红)豆粥小米粥，皮蛋粥等少量品种，且对效用宣传极少，销售方式也陈旧，尚无专门粥店和相应的营销网络，市场缺口很大，无明显的竞争。

普通粥仅能充饥填肚价低利少，人们选择性强。

而我们推出的是具有食疗保健，美容益寿为一体的几百种绿色环保产品。

卖点：不是稀饭，是健康!仅把粥作为一般食品的观念早已过时，它的积极意义在于帮助人们提高生活质量恢复自尊和自信，满足人们心理上的需求，使消费者从中获得价值和满足。

同时在别人还未醒悟之前抢先一步找出消费者潜在的需求替他们制造出来，抢占商机。

三. 消费者研究

1. 对象：一般消费者，重点：婴幼儿，学生，老人，孕产妇，病人。

2. 主要益处：营养，卫生，口感好，保健，食疗。

3. 主要场合：早餐：经济实惠，营养的早点。

配合干点销售。

正餐：除以上作用外，重点是医院，学校。

夜宵：给吃夜宵的顾客提供休闲场地及营养有味的食品。

(给夜间的的士司机提供优质服务也是不可小看的机会)

4. 重要性：病人，学生，老人需要营养;免除自己熬粥的烦恼及购买原,配料不便;更有安全感，卫生营养，功效多。

高档粥的补品功效使有身份的人有高人一等的感觉。

维护健康，省时，省力，使消费者有占便宜的感觉。

四.主要产品：300余种粥及干点62款轮流供应(配方及制作方法另告)

配套产品62款

1糕类 36款 2饼类 16款 3其他类 10款

优点：品种众多，适应面广，可选度高，原料便宜，易于采购，工艺流程短，无需特别技术，易生产，好销售，无淡旺季。

缺点：因配料众多,初期采购稍麻烦，推广需要过程。

2.卤菜：各地特色卤菜(如四川卤菜，武汉的鸭脖，南京盐水鸭，开封桶子鸡，江浙糟菜，广东及湖南的烧腊，熏菜)，鲜族泡菜等。

3.各地特色小吃：

1. 北方风味：东北李连贵熏肉大饼，海城馅饼，大连枣泥蒸饼，天津母子丁香饼，十锦烧饼，煎饼果子，承德的混糖锅饼，鲜花玫瑰饼，北京的一窝丝清油饼，内蒙的哈达饼，西安的肉夹馍，萝卜饼，秦镇凉皮，黄桂柿子饼，山东滨洲的锅子饼，济南的千层饼，周村酥烧饼，孔府桂花饼，等等。

2. 南方风味：台湾花生石头饼，咸菜饼，豆沙锅饼，南瓜饼，三鲜锅饼，上海酒酿饼，散丝锅饼，四川椒盐锅魁，玫瑰花饼，江苏黄桥烧饼，苏州麻饼，扬洲枣泥饼，太仓糟油春饼，贵阳鸡肉饼，杭州蓑衣饼，湖洲姑嫂饼，金华雪菜油酥饼，湖北东坡饼，广水桔子饼，虾丝饼，湖北江陵九黄饼，湘鄂茶油饼，武汉老通城豆皮，小桃园油酥饼，面窝，豆沙藕饼，广西莲蓉夹心饼，安庆油酥饼，湖南浏阳茴饼，江西九江桂花茶饼，，广东潮洲猪油芝葱饼，广州小风饼，月牙馅饼，云南鸡蛋麦饼，福建泉州水晶菜头饼，泉州芋头饼。

厦门海蚝煎，等等。

各地风味小吃众多，可以根据当地具体情况做，建议南北小吃大互串，更有吸引力。

五 市场建议

近期:

1.开一家样板店.以此宣传品牌,扩大影响力.地点以市中心为宜.面积40-50平米.装饰风格以回归自然为主题.全用木板,木桌,木椅.简单朴素.

2.外送服务:粥用大锅熬制,配料专人分装,小锅配制.专业送货队伍.重点对象:医院住院部,学校,家庭.统一着装的人员上门赠送菜单(上面有食疗粥谱及对症效果),接受电话定货.

中期

1. 逐步开设连锁店.可以用特许方式加盟,不收加盟费,只受少量商标使用费和管理费.总店统一配送配料.店铺只管订货和销售.

2. 专柜和店中店:利用别人的场地经营.可以自营,也可以送货由比人经营(如大饭店,商场,影院,迪巴等场所,公园,旅游区等等)

3. 与再就业工程结合起来(与政府有关部门联系,争取支持)大量吸收下岗人员,设立流动售货车定点定时供应(车站,要道,社区均可)急扩大就业人数又免除场地租金,还扩大了销售,增加了利润,名利双收.

4. 建立自己的网站.开展网上宣传,订货,加盟,等扩大销售渠道.

远期

以上过程逐步推广大约需1到3年时间

六 商品定位

1 大众化系列食品

**早餐店创业计划书篇五**

让“安心早餐”品牌深入xx市民心中，成为人们早上外出就餐的不二选择。

二、营销策略

1、赞助公益事业。

2、帮扶弱势群体。

3、积极参与社区活动。

4、适当回馈社会。

5、永远不做高投入的广告宣传。

三、营销队伍建设计划

在各门店运营稳定的情况下，公司成立推广部，设立推广经理一名，各店设推广代表一名。

推广人员主要职责：收集顾客意见、推动顾客关怀文化、组织推广活动、商圈调查等(参照麦当劳、肯德基推广组工作模式)。

四、cis计划

mi(思想识别系统)：在公司内部大力推行企业经营宗旨“永远致力于为顾客提供卓越的`用餐价值”，使之融入所有人思想行为中去。

bi(行为识别系统)：带动公司积极参与社会公益活动，以实际行动实践一个企业的社会责任;日常工作中严格执行操作标准，追求高水平的qsc(品质、服务、清洁)，让顾客感受到真正的价值。

vi(视觉识别系统)：统一制服、招牌、餐具、标识等。注册“安心早餐”商标，经营及对外活动中，使用统一logo。

五、餐饮文化活动营销策略

1、将安心早餐的“牛肉面系列”打造成襄樊地区特色饮食代表之一。

2、把“健康营养”作为品牌发展战略重心，让顾客真正吃的“安心”。

**早餐店创业计划书篇六**

经营目标：将“安心早餐”建设成为襄樊乃市民放心早餐工程。

商业模式：努力降低运营成本，为顾客提供卓越的用餐价值。

尽可能吸纳社会各阶层消费者，依靠高客流获取合理利润。

前期建设规模：建立一个中央厨房(采购加工配送中心)，在xx城区内开设两家门店。

前期中央厨房及三家门店预计基建投资在30万元人民币左右。

1. 具备50万元人民币(含)以上投资能力的独立法人、国营/私营企业、 政府机构等。

2. 谢绝三种投资人：小富即安的暴发户、渴望高收益的投机者及 缺乏社会公德心的生意人。

第一章

企业产品与服务

一、企业经营模式

集中采购加工配送原物料，在各门店采用流水线作业出品，为顾客提供自助式服务。

借鉴知名中西连锁餐饮品牌(如麦当劳、肯德基、真功夫等)的经营模式并根据地域特点加以改进。

二、企业主要产品结构：

前期产品共设三大块：a、xx牛肉面/汤粉系列配黄酒和豆浆;b、江浙汤包系列配各式粥品{玉米粥、红豆粥、清粥等};c、西式糕点系列配牛奶和咖啡等。

三、中心餐饮与直营餐饮

粉面系列和汤包系列由公司直属运营。

四、加盟餐饮

西式糕点系列邀请知名西饼品牌加盟。

五、增值服务

后期规模允许的情况下，可设立与一卡通/公交卡一体的早餐卡，并对学生、老人、社会弱势群体适当折扣2024年早餐店创业计划书范文2024年早餐店创业计划书范文。

在各门店增设一些便民服务项目(如寄存、邮寄、干洗等)，实现真正的民生化。

六、服务质量控制

将顾客满意度与各管理层绩效挂钩，公司采取定期督导巡视、神秘顾客意见调查、消费者意见反馈等方法来监督服务质量并加以改善。

第二章

行业和市场分析

一、行业与发展前景

目前xx地区早餐市场仍处在就餐环境差、品质卫生差、服务意识差的“三差”阶段。

没有一家专业正规的早餐品牌。

由于早餐的\'低利润和连锁经营管理方法的欠缺，本地餐饮界无人愿意投资发展连锁早餐。

与传统正餐、特色餐饮及夜市餐饮的白热化竞争场面形成了鲜明对比。

然而随着现代都市人消费观念的转变，越来越多的人愿意外出食用早餐来节约宝贵的时间，也越发在意早餐的质量。

市场的格局正在改变，品牌早餐呼之欲出。

早餐将成就一个前景无限的广阔市场。

二、客源市场分析

xx城市规模位居全省第二，城区常住人口110多万，是名副其实的大中型二线城市，是国家产业向中西部转移的重点开发区域。

目前地区产值、人均收入正在快速增长。

xx人一直有在外过早的习惯，每天早上大概有60%的人选择在外就餐。

以目前人均4元的标准计算，这将是一个日均260多万的大市场(110万\*60%\*4元)。

三、市场竞争与对策

最大的竞争来自于无处不在且价格低廉的路边摊、面馆等。

“安心早餐”立志于做平民早餐工程，我们通过集中采购降低食品成本、流水线标准操作降低人工成本、科学选择店址降低铺租成本等一系列手段将运营成本压缩到最低，从而提供真正物美价廉、物有所值的早餐。

四、政府产业政策

市民放心早餐已被列为国家重点民生工程之一，各地政府都有相应的扶持政策，在许多一二线城市已有经营发展良好的放心早餐品牌(如苏州一百放心早餐工程)

“安心早餐”计划在人力资源方面也尽量吸纳下岗职工、外来劳工等社会弱势群体。

努力成为地区下岗再就业示范企业。

第三章

营销战略与cis计划

一、 营销目标

让“安心早餐”品牌深入xx市民心中，成为人们早上外出就餐的不二选择。

二、 营销策略

1、 赞助公益事业。

2、 帮扶弱势群体。

3、 积极参与社区活动。

4、 适当回馈社会。

5、 永远不做高投入的广告宣传。

三、 营销队伍建设计划

在各门店运营稳定的情况下，公司成立推广部，设立推广经理一名，各店设推广代表一名。

推广人员主要职责：收集顾客意见、推动顾客关怀文化、组织推广活动、商圈调查等(参照麦当劳、肯德基推广组工作模式)。

四、 cis计划

bi(行为识别系统)：带动公司积极参与社会公益活动，以实际行动实践一个企业的社会责任;日常工作中严格执行操作标准，追求高水平的qsc(品质、服务、清洁)，让顾客感受到真正的价值。

vi(视觉识别系统)：统一制服、招牌、餐具、标识等。

注册“安心早餐”商标，经营及对外活动中，使用统一logo。

五、 餐饮文化活动营销策略

1、 将安心早餐的“牛肉面系列”打造成襄樊地区特色饮食代表之一。

2、 把“健康营养”作为品牌发展战略重心，让顾客真正吃的“安心”。

**早餐店创业计划书篇七**

让“安心早餐”品牌深入xx市民心中，成为人们早上外出就餐的不二选择。

1、赞助公益事业。

2、帮扶弱势群体。

3、积极参与社区活动。

4、适当回馈社会。

5、永远不做高投入的广告宣传。

在各门店运营稳定的情况下，公司成立推广部，设立推广经理一名，各店设推广代表一名。

推广人员主要职责：收集顾客意见、推动顾客关怀文化、组织推广活动、商圈调查等(参照麦当劳、肯德基推广组工作模式)。

mi(思想识别系统)：在公司内部大力推行企业经营宗旨“永远致力于为顾客提供卓越的`用餐价值”，使之融入所有人思想行为中去。

bi(行为识别系统)：带动公司积极参与社会公益活动，以实际行动实践一个企业的社会责任;日常工作中严格执行操作标准，追求高水平的qsc(品质、服务、清洁)，让顾客感受到真正的价值。

vi(视觉识别系统)：统一制服、招牌、餐具、标识等。注册“安心早餐”商标，经营及对外活动中，使用统一logo。

1、将安心早餐的“牛肉面系列”打造成襄樊地区特色饮食代表之一。

2、把“健康营养”作为品牌发展战略重心，让顾客真正吃的“安心”。

**早餐店创业计划书篇八**

前期将产品定价高于市场同行15%(提高品质、服务、清洁的附加成本)，各门店前期预计日均营业额在2500元左右，以人均6元的消费水平，每天接待客人400人次左右，预计营业额年增长率60%，一年后日营业额达到4000元左右。

二、营业成本

食品成本(原物料)：35%

运营成本：(能源、损耗、运输、税、铺租等)25%

人力成本：(人工)13%

管理成本：(间接人工)2%

净利润：25%(利润率与营业额成正比)

三、财务分析结论：

餐饮行业现金周转较快，在前期投入后，后续不再需要大笔投入。

“安心早餐”采用中央厨房集中配送，前期门店较少的情况下，运营成本相对较高，随着门店的.增多，间接成本将会逐渐降低。

预计一年收回投资。

**早餐店创业计划书篇九**

前期将产品定价高于市场同行15%(提高品质、服务、清洁的附加成本)，各门店前期预计日均营业额在2500元左右，以人均6元的消费水平，每天接待客人400人次左右，预计营业额年增长率60%，一年后日营业额达到4000元左右。

食品成本(原物料)：35%

运营成本：(能源、损耗、运输、税、铺租等)25%

人力成本：(人工)13%

管理成本：(间接人工)2%

净利润：25%(利润率与营业额成正比)

餐饮行业现金周转较快，在前期投入后，后续不再需要大笔投入。

“安心早餐”采用中央厨房集中配送，前期门店较少的情况下，运营成本相对较高，随着门店的\'增多，间接成本将会逐渐降低。

预计一年收回投资。

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