

# 2023年餐饮创业创新计划书(大全10篇)

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。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

## 餐饮创业创新计划书篇一

餐饮行业作为一个进入壁垒低的行业，利润大，是许多创业投资者看中的最主要的原因。因而在此我决定对餐饮行业的企业运营做一个相关的初步规划。本文主要通过发展前景，店面介绍，发展战略，餐厅管理结构，市场分析，促销和市场渗透，营销组合策略以及打造“绿色食品”的品牌形象，公共关系，价格优势，市场风险分析及应对策略，以及店面设计等几个方面加以说明。

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

本店位于大学聚集中心地段，主要针对的客户群是大学生、教师、以及打工人员。经营面积约为80平米左右。主要提供早餐、午餐、晚餐以及特色冷饮和休闲餐饮等。早餐以浙江等南方小吃为主打特色，当然本地小吃也是少不了的。品种多，口味全，营养丰，使就餐者有更多的选择。午餐和晚餐

则有南北方不同口味菜式。而非餐点又提供各种冷饮，如果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘等。本餐厅采用自助快餐的方式，使顾客有更轻松的就餐环境与更多的选择空间。本餐厅装饰自然，随意，同时负有现代气息，墙面采用偏淡的温色调，厨房布置合理精致，采光性好，整体感观介于家庭厨房性质与酒店厨房性质之间。

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

有三份以上（包括三份）的叫量可以免费送货上门，单独叫外卖的需交付一定的送货费，这样还有一个好处，如有一人想叫外卖，为了不出送货费则会拉上另外的两份外卖，如此也是能增加销量的。

4、餐厅使用不锈钢制的自助餐盘，即节约又环保，而废弃物也不能随便倾倒，可以与养殖户联系，让其免费定期收取，如此可以互利。据悉，竞争者在这方面做得并不到位，因此良好的就餐环境是可以吸引更多的顾客的。

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

6、市场经济是快速发展的，变化的，动态的，因此要以长远

的眼光看待一个企业的发展并进行分析，制作出长期的计划，每过一个阶段就该对经营的总体状况进行总结，并做出下一步计划，如此呈阶梯状的发展模式。在经营稳定后，可以考虑扩大经营，增加其它服务项目，并可以寻找新的市场，做连锁经营，并慢慢打造自己的品牌，可以往专为学生提供饮食的餐饮行业发展，总之，要以长远的眼光看待问题，如此才能有企业的未来。

店长兼收银员1名，厨师1名，服务生2名。

经营理念侧重于以下几点：

主要的文化特色：健康关怀、人文关怀

主要的产品特色：具有食疗保健功能的素食餐品

主要的服务特色：会员制的跟踪服务

主要的环境特色：具有传统文化气息的绿色就餐环境

在大学中的食堂的饮食一直是个问题，大学的饮食质量不高已成为公认的问题，仅仅是满足了学生们的温饱问题，而质量却远远没有达到学生们的要求。部分大学的饮食状况令人担忧，甚至有的大学食堂出现了集体中毒事件。

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

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。

2、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。

3、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。

4、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。

1、前期宣传：大规模，高强度，投入较大。

## 餐饮创业创新计划书篇二

经过初步市场调查，我定位的目标消费群是周围的大学生群、周围居民群；竞争对手主要为现存和即将开业的餐厅，与餐饮行业相关的法律手续、租赁合同等已经明确。

根据当前的市场条件，餐饮业较其他行业具有更大的发展潜力，能够表现为消费者群体的庞大，行业竞争力的不断提升，以及大规模的行业升级。尤其是学院周围，虽然有好多餐厅，但我发现各餐厅的服务和食品的供应都不到位，没有特色。

根据当前的市场形势，消费者异常是青少年群体纷纷倾向于对国外餐饮店的消费，例如麦当劳、肯德基等，相比之下，以本土美食为特色的本土餐饮店受到冷落，主要原因在于缺少对外宣传力度，店面卫生以及服务人员素质有待提高等方面。

明月餐厅为温馨浪漫的风格，为顾客供给优质的服务，给顾客贵族式的享受，力求营造一种幽雅、舒适、休闲的消费环境，引导消费者转变消费观念，向崇尚自然、追求健康方面转变。

(1) 餐厅分为中餐区及西餐区两个主体部分，满足顾客的各种消费需求。吸引周边居民楼的消费者。

(2) 中餐区和西餐区各设一个厨房，厨房以落地玻璃为装修要素，让顾客能够近距离观察食物的制作过程（能够向顾客证明食品质量，让顾客安心就餐，另一方面讲，也能够提高厨师们的自律性，保证食物的安全与质量）。

(3) 餐厅设有一个小厨房（占地面积很小，普通家庭的小厨房大小即可）每周有1~2天的时间对顾客开放（能够提前预订）为“共制美味佳肴”的时间，供顾客如亲子或朋友以及学院的小情侣一齐当厨师，比如父母为孩子庆祝生日，能够在小厨房一同制作生日蛋糕等（能够体现餐厅的人性化服务，小厨房仅需很少的占地面积，但其带来的效果以及收入可观，如青少年群体会异常青睐这种就餐模式，那里体现的理念主要是让顾客在美食中得到欢乐，从而对餐厅产生更大的好感，吸引顾客消费）。

建筑面积100平方米，开1间大点的门面商铺。

以西式扒类为主，结合快餐、中西炖汤、中西式局饭、皇牌主食套餐，小食天地、美颜甜品、水吧饮料等来满足消费者的需求：

- 1、推出皇牌主食套餐，经济实惠。西餐结合快餐
- 2、美颜甜品最适合爱美的女大学生品尝。
- 3、根据不一样的季节制定一些冷饮，热饮，点心、沙拉等
- 4、餐厅与顾客的互动方面，本餐厅在显眼的位置放置一个“美食提议板”，让顾客写下期待在本餐厅吃到的美食名称，制作过程，方便餐厅开创新菜色，定时对菜单进行更新，满足顾客的需求。
- 5、优惠措施方面，餐厅将对消费满必须数额的顾客派发“早餐优惠券”可发展餐厅的早餐食物。

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。

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。

## 十一、财务计划

- 1、实行严格的财务管理
- 2、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。
- 4、每日流动资金为5千元（主要用于突发性事件以及临时进货）

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，这样本店的盈亏在帐面上一目了然，避免经营管理工作的盲目性。

a)开业前进行一系列宣传工作，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资料。

b)推出会员制，季卡、月卡，从而吸引更多的顾客。

### 1、品牌策略：

“明月餐厅”这个店名易记，易读，好听。“明月”一词能够营造典雅的个性氛围传播快捷，贴合目标市场消费者的消费需求。并且招牌的字体设计要美观大方，要具有独特性；易吸引人的注意。

### 2、价格策略：

(1) 主要走中低档价格策略，在食品“色”，“香”，“美味”，服务等方面力求尽善尽美，努力给客户最大限度的享受和心理满足。

(2) 针对消费者比较价格的心理，将同类食品有意识地分档，构成价格系列，

使消费者在比较价格中能迅速找到自我习惯的档次，得到选购“满足”。

### 3、促销策略

餐厅的促销战略应以竞争为导向。餐厅必须了解竞争对手的情景，比较自我与竞争对手产品和服务的区别，在此基础制定出具体的促销计划和方案，在实施计划的过程中，经过宣扬本餐厅的独特产品或经营风格，树立起鲜明的企业形象。

1)店长负责综合协调和管理店内各部门工作，督促员工工作，同时理解学校的监督，做好餐厅与学校的交流工作。

2) 行政人事主要职责:人员到职与离职的相关办理, 各类人事资料的汇总, 建档及管理, 员工档案资料管理, 员工请假, 调休假作业, 出勤状况, 稽查, 统计作业。

3) 对厨师的要求很高, 他必须有灵活的脑子, 在每一周都能变一个化样的特色, 来吸引顾客。

4) 服务员以礼待客, 遵守制度, 积极进取。服务员最主要的工作是清理餐桌和店铺的卫生, 随时都是一层不染, 没有油腻的感觉, 给顾客留下深刻的印象。招的兼职工就负责点菜和端菜, 对每一个职员要求先把自我的卫生处理好, 才能更好的服务于顾客, 如果有顾客或者出现不干净的事物或环境立刻处理, 赔礼道歉重新更换食物或者打扫卫生, 如顾客还不满意能够以陪赏进行道歉。

5) 薪酬制度:记时工资制

不一样类型的工作人员时间上的薪酬不一样; 采用此制度比较灵活, 能够准确地记录各个工作人员的工作时间, 准确地计算出职工的工资。

6) 奖励制度:根据员工考核总分进行奖励(半年实行一次奖励

5.3万元月, 净利润为3.825万元。年净利润为45.9万元。

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。十七、开业策划:

试营业两周, 正式开业外现场策划、店内布置、促销活动设计等。



第一年:根据经营初期的资金较少,尚无较多的盈利来源的情景,主要资金用于食物质量,以中餐区带动西餐区发展,即主力放在中餐区上。另一方面,注重对外宣传,宣传力度主要于印发宣传单以及网络宣传,以缩减资金支出。

第二年:根据顾客所需更新菜单,实现中餐区与西餐区同步发展,产品实现多样化,引进更多地方特色美食,提升产品优势,另一方面,利用盈利的资金,加大对外宣传力度,可经过电视、报纸、传单、优惠券等措施,加大宣传。对于人员管理,供给资金培训厨师,进一步提升厨师技能,吸纳更多素质高的服务人员,以填补餐厅空缺。

第三年:根据前2年积累的资金和经验,寻求机会开设一间分店,分店刚设立,以总店带动分店建立顾客基础,可经过在总店宣传分店,或经过其他宣传方式加大对分店的宣传。当分店逐步发展茁壮时,实现2间店面共同发展。

三年以后,逐渐积累资金与经验,逐步实现规模化管理,在规模化发展的同时,不断优化自身的产品质量、特色,服务质量。

## 餐饮创业创新计划书篇三

随着人们生活的不断提高,生活快速化,在我们的身边越来越多的人开快餐店。下面本站小编就和大家分享,来欣赏一下吧。

### 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平方米左右。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。

俗话说，“民以食为天”，为了满足居民、学生等类型的顾客的饮食需要，特在昌盛路开此快餐店。我店本着“宾客至上，服务至上”的基本要求，将为顾客提供质的服务。

## 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. 都市快餐店位于商业步行街，开创期是一家中档快餐店，未来将逐渐发展成为像肯德基、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、才智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\_\_\_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. 由于地理位子处于商业街，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，必需要在服务质量和产品质量上下工夫，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，渐渐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：都市快餐店的目的顾客有：到商业步行街购物娱乐的一般消费者，约占50；邻近学校的学生、商店工作人员、小区居民，约占50。

2. 客源数量充裕，消费水平中低档。

### 3. 竞争对手

都市快餐店邻近共有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家酒店经营期均在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. 快餐店主如果面向大众，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，如本年度设立目的是“送餐到家”服务。
5. 经营时间：早~晚!
6. 对于以上计划，我们将分工合作，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：

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收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，制订评估方法。

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，对于不和格者给以停职学习，扣除20工资，直至合格为止。若3次考试及不和格者，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\_\_\_元者可参加每月末大抽奖，中奖者(1名)可获得价值\_\_\_元的礼券。

4. 每月累计消费\_\_\_元者，赠送价值\_\_元的礼券，\_\_\_元赠送\_\_元礼券，以此类推。

## 七、财务计划

本店内所有帐目状况必需及时入帐，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，不得随意毁坏或带走，每月的总收益，除去一切费用，剩下的存入银行；要是经过每月的结算后，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损坏酒店的财产，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，但要保证饭菜的质量，尽量把价格放低。

## 一、餐饮促销目的

这个必须明确，即所谓的“师出必有名”。很多餐饮品牌每次做促销的时候所说的“维持老顾客，拉动新顾客”就是目的，这只是其中的一个目的。我们可以更丰富些，把眼光放宽一点，比如是关爱某某灾区，创建某某文化基地等等。因为往往“曲线”方能“救国”。

## 二、餐饮促销内容的规划

餐饮促销内容的规划也是一门很深的学问，现在基础认知中，我们经常可以看到抽奖、打折、抵价等等。现在，在市场上涌现的最为激烈的斗争就是“力度”，消费满多少送多少、

每日特价菜等等。但是我们还是忽视了消费群体喜好的多样化问题，什么样的群体有着什么样的特征和需求，并不是一味的价格战就能吸引所有的消费群体。

### 三、餐饮促销执行

餐饮促销执行这又是整个环节不可或缺的部分，执行好了，促销活动才不会变味，不然就很难办。比如，我们举办华丽、喜庆的元旦转摘自华夏酒报?中国酒业新闻网促销活动，明明是设计好了一些布置的感觉，但仍会因为真正的执行能力而使效果变差，现场没有很好的感觉出来。

### 四、餐饮广告推广

餐饮广告推广，即将活动推而广之。那么，我们就得考虑如何推?通过什么推?在这一点上，笔者会提醒对方，你要推给谁?他们会关注什么?这也是我们广告行业一贯的思维。你必须先找对人群，了解这个人群，然后再去考虑怎么做。

### 五、餐饮促销效果评估

餐饮促销效果评估是整个活动的结束，也是下次活动的开始。为什么这么说?小编这里是说明其重要性。我们需要善于总结，失败乃成功之母。我们每一次活动的举办并不是办完就完，因为我们的餐饮店还得继续经营，我们不去总结什么样的活动更能吸引人，什么样的媒体更适合推广，什么样的形象更适合在什么样的季节等等，那永远只能是止步不前。

## 餐饮创业创新计划书篇四

### 第一章 企业概况

#### 一、企业基本情况



- 1、项目业主信息
  - 2、公司历史沿革
  - 3、公司组织结构
  - 4、公司人员构成
- 二、企业经营业绩

### 三、公司管理团队

- 1、主要团队管理人员
- 2、团队素质

## 第二章 企业产品及服务

- 一、企业经营模式
- 二、企业主要服务产品结构
- 三、中心餐饮与直营餐饮
  - 1、中心餐饮店规划
  - 2、餐饮店设计
  - 3、餐饮运营管理
  - 4、直营餐饮运作计划
- 四、加盟餐饮
  - 1、加盟餐饮经营模式
  - 2、加盟业务操作与流程

3、加盟成本费用和投资预测

4、加盟商利益分析

五、增值服务

1、电子商务服务

2、物流服务

七、服务质量控制 第三章 行业和市场分析

一、行业现状及发展前景

1、行业现状

2、行业发展前景

二、客源市场分析

1、市场潜力

2、市场增长预测

3、目标市场

4、市场份额

三、市场竞争及对策

1、市场竞争情况

2、竞争对策

四、政府产业政策 第四章 营销战略与 cis 计划

## 第三章营销

### 一、营销目标

### 二、营销策略

#### 1、品牌策略

#### 2、服务市场定位与组合策略

#### 3、价格策略

#### 4、销售方式与渠道营 销策略

#### 5、广告策略

#### 6、促销策略

#### 7、公关策略

### 三、营销队伍建设计划

### 四、cis 计划

#### 1、企业 cis 战略

#### 2、餐饮统一 cis 系统

### 五、售后服务体系

#### 1、服务宗旨

#### 2、售后服务体系及基本功能

### 六、饮食文化活动营销策略

## 餐饮投资计划书

餐饮投资计划一：“餐饮店”的现状和发展 餐饮业的火锅和中餐发展几乎达到饱和。所以我们在投资时，从几方面的考虑和 调查分析得出，换回大的效益，再以回笼的资金扩大市场，发展经济。

快餐自主经济的市场有很广的发展领域，消费者也是很单纯的消费，相对外部市 场竞争要小，个体经营单纯，以小投资为主，服务于年轻上班一族和在校大学生，学生和上班一族就是本店的顾客，应该怎样服务于顾客，首先，要吸引学生和年 轻上班一族的注意目光。让他们能在最短的时间来光顾本店，所运用的营销方法是多种途径的；其次，是 怎样让第一次光顾的顾客变为潜在的顾客、常客、种子顾客，所运用的营销方法 也是多种多样的在成都有很多以这形式开店的成功的案例。比如金汉斯。巴西烧 烤。咖喱咖喱快餐。都是成功案例。最重要的是新都没有一家是这种形似店，竞 争就等于无。餐饮投资计划二：新都周边的市场调查 从周围餐馆的分析：

1、大多数餐馆都是以普通小型中餐经营，没有多大特色，菜品都是以川味和火 锅为主. 2、周围有两家西餐快餐为主的店在经营，一家是韩国烧烤。一家是德克士。两 店经营都算不错，但味道已经过时，最重要的两个都个致命缺点，就是性价 比不 高。两家想要吃饱最少一个人花费在 50 元左右，在 36/人的价位上我们能做出更好 品质的菜品和更高的服务。

市场。餐饮投资计划四：店铺主要策划

1、找一两百平方的店铺. 最好在二手市场买一些桌椅和沙发，九成新，具有一定 的特点。

2、招聘三名厨师和 4 名服务员，在学校招收一到两名学生做兼职。

3、装修一定要大方得体，有一种别距特色的感觉，抓住消费者的消费视觉，先是吸引视觉，后是味觉，最后综合成感觉。

4、在为开张之前，有一定的广告宣传.自己先给朋友介绍请他们免费品尝亲身的感受，不用说，他们都会给你做一个活宣传。另一个也节约了经费.还有就是在人口密集的和各大校园门口发送传单，招数虽然有些过时不过效果好很实惠。

5、服务员最主要的工作是清理餐桌和店铺的卫生，随时都是一层不染，没有油腻的感觉，给顾客留下深刻的印象，对每一个职员要求先把自己的卫生处理好，才能更好的服务于顾客，如果有顾客或者出现不干净的事物或环境马上处理，赔礼道歉重新更换食物或者打扫卫生，如顾客还不满意可以以陪赏进行道歉。

6、我们的质量、服务、环境要做到一流的，7、为了提高服务质量，就得抓好员工这一关，让他们真正的容入到服务中来，以“良好的服务，积分制”如果积分越多，在月末的时候奖金就越多，赏罚分明不管谁做错了都要自己负责要不马上走人。

8、在经营中，可以在某一个时期，进行营销活动，来吸引更多的顾客

## 餐饮项目规划大纲

食//高汤类//速食类//云南特色饮品类。主要消费群体：政府官员、企业家、外地旅客等高档次消费群体。装修特点：云南特色为主、明亮，干净，方便，清爽。装修格式为野生云南色调 为主。经营管理程序； 总部---策划部—筹建部—财务部—营运管理部—市场部---研发部---加盟部---人力资源部。公司总部：分店营运报表管理//分店考核标准//分店激励措施//分店财务审核管理 //分店人力资源管理//分店细节反馈处理机制//分店负责制度//加盟要求与标准// 品牌战

略//扩展计划。

生产加工程序：接单电脑处理//采购标准//清洁标准//切分标准//剩料处理机制// 上线整理程序//分流处理标准//库存管理//配送制度//卫生监控管理体系//信息反 馈处理//菜品技术开发创新 分店管理体系：订货排班标准//千元用量统计//培训制度//岗位标准//品质标准// 晋升标准//服务标准//成本管控//团队建设//值班管理//信息反馈制度//财务核算体系//安全设施管理制度。品牌化连锁经营模式 作为企业的领导人，在规划做品牌建设时，要延长发展期和成熟期，从而让 企业的品牌更加巩固，赢造更多的忠诚客户，将企业的利润推到最大化。做餐饮连锁，打造连锁体系，餐饮店要想做大，走连锁加盟道路是必由之路。从上个世纪 90 年代中期开始，中国餐饮企业开始模仿肯德基和麦当劳搞餐饮连 锁，也有不少人按照自己所理解的肯德基、麦当劳的模式去经营，他们把自己的 店面装饰得与麦当劳和肯德基很相似，包括统一装修风格、统一着装、统一餐具、统一食品供应等等，有的甚至紧紧跟在外国餐饮连锁企业后面模仿他们的一切经 营方式和营销战略。然而，10 多年过去了，成功者很少，成名者很少。其中原 因是多方面的，有的人从经营管理上分析原因，有的从连锁机制上分析原因，而 中餐连锁企业模仿西餐连锁企业失败最重要的、本质上的原因是产品没有标准 话。只有产品的标准化才是中餐企业迈向连锁王国的开始。

连锁经营的方式

连锁经营的方式

经营权 总部 与各 连锁 店的 连接 点

总部拥有经营权

合同或商业信誉

所有权、经营权

特许合同

托管特许合同（经营权包含在内）

连锁餐饮获得成功的原因

（一）清晰准确的产品定位

（三）完整的组织结构

（五）完善的信息系统

（七）相对独立的物流配送体系

（九）、集中的财务信息

（十一）、标准化的服务

（二）科学的选址方法

（四）以服务意识为导向的强势文化

（六）统一的、大规模的、有计划的市场推广

（八）层层负责的督導體系

（十）可靠的培训体系

（十二）双赢的特许加盟模式

餐饮业商业计划书模板

餐饮企业商业计划书模板

一、公司经营目标与商业模式

二、项目建设内容与规模

三、项目财务预测

四、融资要求 第一章 企业概况

一、企业基本情况

1、项目业主信息

2、公司历史沿革

3、公司组织结构

4、公司人员构成

二、企业经营业绩

三、公司管理团队

1、主要团队管理人员

2、团队素质 第二章 企业产品及服务（参考兆联公司的商业计划书范文：餐饮商业计划书模板格式）

一、企业经营模式 14

二、企业主要服务产品结构 14

三、中心餐饮与直营餐饮 15

1、中心餐饮店规划 15 2、餐饮店设计 16



3、餐饮运营管理 18

4、直营餐饮运作计划 21

四、加盟餐饮 21

1、加盟餐饮经营模式 22

2、加盟业务操作与流程 22

3、加盟成本费用和投资预测 244、加盟商利益分析 26

六、增值服务 29

1、电子商务服务 29

2、物流服务 30

七、服务质量控制 31

## 餐饮创业创新计划书篇五

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

2. 目标市场的定位。中高收入者能接受的餐饮业。顾客群：个体私营业主+白领+其他。

3. 市场策略。产生工业化、产品标准化、管理科学化、经营连锁化。

(1) 餐饮公司经营策略员工的服装，经营的理念，内部管理和总公司保持统一。绿色餐饮是指食物种养、生产加工、物流配送、餐桌消费及服务环境整个产业链条中的每个环节以

一种天然、安全、无污染的状况。在采购过程中，首先要会识别源头原料、自然无污染原料、绿色食品原料，尽可能少购罐装、听装或其它已经加工制作的半成品原料，更要善于识别、杜绝采购被污染或腐败变质的原料。

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

## 餐饮创业创新计划书篇六

### 一、项目介绍：

本店是一个资金投入低、消费人群广、回收成本快而且门面非常好找的创业项目，一般除了保留3个月左右的店租、人工和日常开销外，奶茶店经营管理不用太多周转资金，非常适合小本自主创业。我们店名为“茶物语”，易记顺口，可以让人很快记住。我们的目标是以一般奶茶店不具有独有的特色吸引顾客而获取大的利润，用一年的时间打响“茶物语”名声，建立品牌效应并积累资金后，通过调查试点后，把运营扩张到其他市场，获得更大的利益。通过在经营的过程中不断改革，逐步完善，形成口碑，扩大市场占有率，形成连锁“茶物语”奶茶店。

### 二、行业分析

奶茶、咖啡属于大众消费，消费者甚多，主要以青少年学生为主，不管是现在的市场需求还是未来的市场需求都极大，不过奶茶店行业竞争也很激烈，我们必须做出特色才能不被淘汰，才能在行业中脱颖而出。目前奶茶店口味大多雷同，所以我们要想做的出色，必须创新，例如增加新的口味、使用奇特有趣的杯具，让顾客耳目一新。同时要注重奶茶店的卫生，让顾客一走进奶茶店就有一种干净清新的感觉。

对于产品的定价，我们会根据不同的口味定出不同的价格，一般在3.5元左右，和市场平均价格相同。我们采取产品竞争优势，以产品的质量和特色抢占市场份额。

由于类似的店众多，进入该行业比较困难，而且大多顾客有惯性消费心理，取得行业竞争优势比较困难。所以我们会在开业前期以高质量低价格来取得进入市场的通行证，并且会有促销和特殊活动，具体的会在产品和服务中介绍。

### 三、产品/服务介绍

本店主要经营各种咖啡、奶茶，另外，为了满足顾客的消费需求，同时经营双皮奶、刨冰、奶昔，各种果汁及饮料和各种小吃，如各种口味的瓜子和烤翅等。为吸引顾客，本店会通过不断地尝试来研发新类奶茶，新类奶茶会成为本周的推荐饮品，在推出的前两天会特价销售，如果反响好的话会成为本店特色产品。为了不被因模仿而被超越，我们会不断地推出新产品、节日产品和周年产品。如情人节：推出情侣奶茶，光棍节：推出单身奶茶。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，成为奶茶店的无形的品牌资产。

另外可以通过把调味技术结合调酒工艺要求来操作，这是一种质的飞跃，也是一种艺术享受。奶茶的主要成份有：奶粉、茶叶、糖、水(及冰)、香料(珍珠奶茶还包括珍珠)。不同的水做的奶茶味道相差很远，你用的是自来水?还是矿泉水?还是山泉水?海水?过滤水?这是完全不同的，山泉水虽然贵，但口感好，产品好才能有回头客。冰也是，制冰的程序也会严重影响每杯奶茶的品质。所以，为了奶茶店长远的发展，作业人员有真正的学会奶茶技术。基本要懂得：1、学会品味奶茶；2、原料成份配方；3、调味份量与时间；4、设备的应用与调味火候；5、调味手法；6、奶茶的保存；7、奶茶的包装要求；8、奶茶的变化，包括样变与质变，比如：拉花。

## 四、店面选址

奶茶是一种快速消费的休闲饮品，完全是一种可有可无的东西，因此，如果如果选址不好，那就没有人会“不远万里”的跑去专门喝你一杯奶茶，繁华地段是最佳选择。这是毋庸置疑的事情，但繁华地段的高成本却是不得不考虑的。所以要按自己的投资能力和竞争能力进行找选址，要看到现时的铺位情况，也要对以后发展情况作估算。要对铺位消费水平进行评估，低消费的地方不宜大投资；同样的，高消费的地方不宜低投资。还要考虑旁边或是周边有无同行，价格质量怎样，如果找的铺现在没有竞争，以后有无可能出现竞争者等等。特别对于我们这种资金短少投资者，在盈亏平衡测算里会根据数据“对面的铺租不要超过平均最低运营额的15%”来确定店址。学校周边是很不错的位置，学生多，消费也会多。另外，补充一点，买奶茶的顾客中，女性居多，所以如果是女孩子，尤其是年轻的女孩子多的地方，毫无疑问是好地方。

## 五、装修与设备购买

装修是按照投资额度及消费水平和产品搭配情况来进行装修设计并装修的。装修的风格要做到大概符合消费能力，又显得舒服、卫生、简洁、大方。特别地，针对年轻人的观念，要设计较有特点，让年轻人喜欢。特别注意吧台的流水设计，要根据产品需求和设备配备情况进行程序设计，操作流畅的同时尽可能考虑产品的更进和设备的添加所需空间。这里面也包含水电的布局和水力电力要求。

设备是按产品菜单来采购的。好的高质量的设备就能做出更多的上品质的产品，而且能提高速度和效率。店面设备要和店面水力电力拾配得上，特别是店面小的步行街区，要考虑另找厨房的配备协调。奶茶的制作一般要用到如下设备：

### 1、封口机

带有计数器，一般卖炊具机械、封口设备的店里有卖，每封一下口，计数器都会记一下数，无论电源有没有接通，这是一种机械计数。封口机选购时要注意，找个杯子封一下试试，把温度调到170度左右，按下大约一秒多钟，取出看有没有封住；再稍微用力捏一下，看封得结实不结实，有没有封得不结实的地方，有漏气的小孔。再要注意看封口膜切得是否整齐，有没有没切断，也就是看上下模平不平，齿刀锋不锋利。

## 2、封口膜

一般卖封口机的地方会附带销售，选购时要注意，封口膜不能太厚，太厚了容易封不住，而且插吸管的时候会很难插破，用力过猛，要么把吸管插坏，要么把奶茶掉到地上，要么一不小心把杯子插破。从用料方面考虑，太厚的一般都不是什么好料，会很脆，一插就会裂一道大口子。

## 3、冰柜

一般购买双室冰柜，一半冷藏，一半冷冻。

## 4、杯子

卖塑料制品、塑料袋等的店里有卖，卖封口机的店里也会附带销售，一般是2000个一箱，不单卖。杯子的价格相差不大，质量却相差不少，而且杯子很重要，一定要多跑几家，认真选购。选购时要首先看料的厚度，太软的不行，用力拿会把奶茶捏出来，不用力又拿不住。最好在家先拿一杯水感受一下，然后买的时候拿在手里感受一下看厚度够不够。还有最重要的一点是：杯沿的结实程度。杯沿要够厚、够结实，关键是用料要均匀，这样盛满奶茶时，用手提杯沿，才不会洒掉。杯子太薄、杯沿太软的杯子，会大大破坏顾客的心情，而且在怀疑杯子质量的同时，一定会怀疑奶茶的质量。

而对于在店里消费用的杯子，可以尽量多跑几家店，要选择

奇特新颖的杯子，让人惊叹的作品，而且，可以有多种款式，每种款式量不要购买太多，才会让人有好奇的心理。

## 5、吸管

卖塑料制品、塑料袋、杯子等的店里有卖。一大包总共5000只，每一大包里又有100只的小包，可以买几小包，不过会贵一点。选购的时候主要要注意用料的厚薄，不能太软，如果你选购了过厚的封口膜和过软的吸管，那么你的顾客将会因此丑态百出。选购的时候拿吸管的尖端往自己手指上压一下试试，如果手还没感觉有多痛，吸管的尖已经弯了，那就是太软了。吸管的形状要有特色，可以用别人不常用，不敢用的种类。

## 6、搅拌机

西贝乐牌的比较好。不管是材料还是运行时间等，都比九阳等乱七八糟的牌子要好一点，价钱也不贵，这个最好到大商场里买，售后服务比较好。

## 7、饮水机

为了节约成本，我们可以选购台式的。由于饮水机的主要部件就是一个加热器，所以我们没必要买什么名牌的，只要注意内胆是不锈钢的，一次盛水不要太少就行。冬天的时候需要的热水多，可以动手做一个另外的设备来解决。

## 8、容器

糖、奶茶粉、奶精、珍珠等，都需要合适的容器来盛，这些东西可以按自己的喜好来购买，不过要注意的是，这些容器都要有盖子，其一这样比较卫生，其二，热天、下雨天，原料都容易结块或融化，不用时及时盖上盖子会好一些，像保鲜盒、调料盒等都是不错的选择。

## 六、人力资源规划

社会发展到今天，人已经成为最宝贵的资源，这是由人的主动性和创造性决定的，奶茶店要管理好这种资源，更是遵循科学的原则和方法。

由各人的不同优点和长处，我们对本店的人员安排如下：段天森，店长，并负责原料采购工作，保证原料的采购质量，并控制好库存，及要保证店面的正常经营又不要积压太多资金。吴焘，很有想法，脑子灵活，负责新类奶茶的尝试和研发工作，保证每周有一种新产品的推出。谢伟，谨慎、细心、负责财务工作，统计收入并控制支出。马元，勤快、手巧、胆大细心，负责产品的作业管理，即奶茶的调制，保证作业的速度，以及服务顾客的工作。

在一年期后，店面生意欣荣或店面扩张的时候，会招聘一些有经验的人才，注意一点，宁愿要笨点的，不要太精明的，因为太精明的容易反骨，招聘方面为了以后不会发生太多的财产纠纷，要尽量避免招用亲戚、朋友。

## 七、市场分析与预测，竞争者分析与本店特色

需求在现阶段处以较大阶段，在未来有增长的趋势。现阶段竞争者大多都不具特色，少数具有特色的奶茶店又没有推广。所以本奶茶店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。

## 八、营销策略

### 1、广告

奶茶店的知名度，我们会通过传单的方式让顾客了解“茶物语”，在店门口我们会设有海报之等，告知近期的新产品推

出及近日的促销活动。店面的招牌使用显眼、引人注目的颜色和款种。在后期积累一定资金后还可以在报纸、广播、电视、网络等投入广告。另外，工作人员一律着本店工作服。

## 2、促销计划

a.办理会员，25元/人，一次性消费满20元是可免费办理，会员使用会员卡可打9折，而且会员在生日会收到本店送出的祝福和礼物。

b.使用奇特新颖的杯具和吸管类工具，让人有耳目一新的感觉。

c.采用情侣杯具和吸管，情侣来时，可以推荐情侣套餐，并送情侣礼物。

d.在各种节日时，推出节日特别产品及活动，以此吸引顾客。

e.在一次性消费到15元时送出小礼物。有时可以送本店特别定做的有本店店名的t-shirt不仅欢愉了顾客，同时可以提高本店的知名度。

## 3、价格

在每次推出新产品的前两天会有特价，其余的按市场平均价格来售出，在后期有了自己的品牌的时候适当提价。

## 4、队伍管理

各人员做好自己的工作，在重要事务中有店长召集人员进行讨论并作出决策。

## 5、服务



店里人员统一做好服务工作，保持良好的心情，要对顾客仔细礼貌，不能对顾客发脾气。

## 九、财务需求与运用

### 1、原则

把每一分钱用在刀刃上，充分发挥每一分钱的价值。

### 2、初期投资

这一时期，资金主要用于设备购买，产品原料采购，店面租金，前期宣传等方面上。预计需要人民币3万元左右。

b□装修：包括招牌、门墙等1000元

d□开业费用：包括注册、开业营销、员工培训等共15000元

e□月运营管理成本：约3920元(1)房租费：2500元(2)水电费：120元(3)电话及上网费：300元(4)进货费：包括交通设备使用费，计1000元。

开店第一年店主将按月制作现金流量表与资金损益表，第二、三年按季制作。

### 3、第二期投资

这一阶段我们的“茶物语”要具有一定的知名度，并且在顾客中有一定的口碑，在市场占有很好的份额并且会有很好的前景。我们的店面会有很大的扩展，服务的质量也将有进一步的提高。其资金来源主要是公司前期盈利的积累和外来资金的引入，如银行的信贷。

## 十、风险与风险管理

为防止人为的破坏与偷盗，奶茶店24小时尽量不离人。每天夜里安排两名人员值班，时间从晚7：30至早7：30，早7：30后由其他主接手看管，直到正常运营时间(上午10：00)。本店随着未来店面的扩张或运营额的增加会保险投入。

## 十一、中、长期规划

假如实际情况不如现在的预期规划这么理想，我店会及时调整营销战略，两年内依然亏损就处理全部设备设施后关张停业。一年后，如果按预期计划获利的话，计划在未来一至两年内扩大运营面积，安放几套沙发建立更加舒适的娱乐形式，同时在店内配有音乐，如果条件允许，可以加入吉他弹唱与点歌模式，给顾客提供更舒畅的环境。在三年后，如果奶茶店运营额依然稳定的话，考虑在其他市场再建连锁店面。

## 餐饮创业创新计划书篇七

第一部分

创业目标

第二部分

产品简介

第三部分

市场分析

第四部分

经营范围

## 第五部分

### 营销策略

## 第六部分

### 经营细节

## 第七部分

### 企业竞争

## 第八部分

### 企业经营与管理

## 第九部分

### 财务

## 第十部分

### 风险性分析

## 第十一部分

### 餐厅布置简介

## 第十二部分

### 庆祝活动

#### 一、创业目标

根据市场需求，针对现代年轻人的消费心里，利用合理有效

的管理与投资，建立由中等规模逐步走向大规模化的情侣主题餐厅连锁公司。

## 二、产品简介

在青田开一家主要为情侣精心设计的主题餐厅，餐厅内装修、摆放设备都以浪漫为主题，并且每对情侣的用餐空间都是独立并相互隔开的。除此之外情侣特色细微到餐具以及餐桌上，虽然餐厅是主要针对情侣开放，但是也欢迎社会上单身或者休闲类一族。

## 三、创业分析

俗话说的好，民以食为贵，这足以说明餐饮也的重要性。随着社会经济的不断发展，餐饮业近几年的发展突飞猛进，大街上各式各样的中餐、西餐、快餐或是特色小吃层出不穷，所以怎样能在如此激烈地竞争之中脱颖而出，占领市场份额，是我们需要解决的问题。我们认为，情侣餐厅解决这一问题的关键之处在于抓住消费者的心理，并以餐厅舒适、温馨、浪漫的整体环境与氛围，优质的服务吸引消费者，外加一些精微的细节之处为情侣之间准备特色的服务，增进情侣之间的感情，以达到双赢的目的，使情侣高兴而来，满意而归，使情侣餐厅业务不断的推广扩大。根据调查发现，目前青田还没有专门针对情侣设计的餐厅，然而onlytwo餐厅是以情侣为主的餐厅，符合消费者的要求。许多情侣们以前只能去面向所有人的餐厅吃饭，不能感受到浪漫的气息，并且有时候吃饭还被人打扰，这是每个情侣都忌讳的。当今市面上的餐厅有的价格偏高，无法到达大众所能接受的程度，因此门庭冷落，不得不面临倒闭；有的为追求低价位吸引消费者，使得菜品质量与餐厅的整体环境下降，情侣去之后的感觉是庸俗、没有情调、没有品位、显得很廉价，这样情侣餐厅的存在反而失去了意义。现在大街上情侣一抓一大把，而这里竟然没有情侣专属的餐厅，这并不是人们不需要，而是没有被人开发，由此看来此处为市场空缺，潜在的市场非常广泛。

## 四、经营范围

餐厅初步主要以中餐餐为主西餐为辅的经营策略，以及配合销售各种饮料酒水。经营种类会根据餐厅发展过程中所遇到的情况而做出符合消费者的调整。

## 五、营销策略

主要目标市场为青田中心地带以及围绕中心地带的情侣们。可通过墙面广告和横幅的形式先进行开业前的宣传，等一切准备就绪后用传单网络的形式再次进行宣传，宣传的内容为餐厅的特色开张日期以及举行各种开业优惠活动来吸引顾客。开张期间服务尤为重要，几乎决定了餐厅以后的命运，所以在这期间要严格把关各项工作，不求做到最好只求更好。为了使餐厅能够长远发展，在情人节、七夕、中秋、春节等重要节日期间推出各种符合特色的活动以及优惠方式。

## 六、经营细节

餐厅内部就餐设计可分成两层，楼上以大小包厢组成内部设计和ktv差不多，分成两边一边设置唱歌功能提供给一些喜欢热闹奔放的情侣们，一边则不设置唱歌功能提供给喜欢安静的情侣们。楼下则设计为大厅，用来举办一些活动。这里所有的墙都具有很强的隔音效果。大厅设有播放器可播放轻音乐，也可提供给客人点歌。平时没有活动则把大厅预留给散客。若情侣同时到达，则可直接由服务生为其服务就餐。若一位先到一位后到先到者需记录自己身份信息，并且登记部分对方身份信息，等待对方来是达对双方身份信息时方可入内。二楼以上则是客房，酒店将与小舟山合作，去小舟山的游客来这里可以享受十分优惠的待遇。

## 七、企业竞争

从长远来看，随着对外开放的扩大和经济持续稳定快速曾长，

城乡居民收入增加，生活水平不断提高，我国餐饮业发展非常迅速，近几年餐饮业的增长率比其他行业高出十个百分点以上可以说我国迎来一个餐饮业大发展的时期，市场潜力巨大，前景非常广阔。主题餐厅本就是一个极其具有开发价值的市场，更何况在青田还没有这种情侣主题餐厅，竞争自然而然就小了不少。“顾客就餐，各投所好”据一些主题餐厅的店员介绍，来主题餐厅吃饭的顾客除了吃饭外，的是冲着餐厅的附加服务来的。而且，情侣主题餐厅的布局也比较高雅，情侣一起来就餐，除了享受美食外，还可以感受浪漫的气氛。

## 餐饮创业创新计划书篇八

随着经济稳定快速增长，城乡居民收入水平明显提高，餐饮市场表现出旺盛的发展势头。目前我国的餐饮市场中，正餐以中式正餐为主，西式正餐逐渐兴起，但目前规模尚小；快餐以西式快餐为主，肯德基、麦当劳、必胜客等，是市场中的主力，中式快餐已经蓬勃发展，但当前尚无法与“洋快餐”相抗衡。相比洋快餐专业化、品牌化、连锁化的成功营销模式。中式餐饮发展显然稍逊一筹，如何去占领那部分市场，是我们需要解决的问题。随着人们对自身健康及食品安全关注程度的提高。而洋快餐油炸、高能量为主的食品长期食用导致肥胖等问题曝光后。饮食安全成为一个热门话题？如何给消费者一个放心安全的饮食，成为餐饮业今后发展的主题。可以预见运用环保、健康、安全理念，倡导绿色消费将是今后餐饮业的发展趋势。绿色餐饮的提出其实也是社会文明程度的进步，是一个新的餐饮文化理念。在未来几年内，我国餐饮业经营模式将多元化发展，国际化进程将加快，而且绿色餐饮必将成为时尚，这无疑给投资绿色餐饮业带来了契机。

## 餐饮创业创新计划书篇九

日子如同白驹过隙，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，

该好好计划一下接下来的工作了！计划到底怎么拟定才合适呢？以下是小编整理的餐饮创业计划书，仅供参考，欢迎大家阅读。

## 餐饮创业计划书1

### 一、外卖店概况

1、本店属于外卖餐饮服务行业，名称为“贴心外卖”，是一家个人独资企业。主要提供中式早点、午餐、晚餐以及夜宵。

2、不同与一般的餐饮店，本店的特色是，集为难各县区的特色小吃为一体，而且提供的是无公害、无污染、生态安全的食品，以满足各类顾客的需求。

3、贴心外卖店位于渭南市金水路中段，本店的定位为中低档外卖店，以满足大部分顾客群体的消费需求。

### 二、市场分析

#### （一）渭南市餐饮行业的现状

经调查发现，渭南市的餐饮业主要分为：高档酒店、高档专业饭店、专业快餐店、中低档餐馆以及街边小吃。除了肯德基、麦当劳等大型快餐店提供外卖服务外，其他饭店几乎不提供此项服务。

#### （二）市场需求情况分析

1、社会人群需求情况：首先是白领阶层，随着工作压力加大，生活节奏地加快，他们的就餐时间也在不断的缩短，而便捷优质的外卖恰好帮他们解决了就餐时间问题；其次是商场、商业店铺等的工作人员，尤其是像渭南二元商厦、华岳商场等商场里的工作人员。这些商场离得店铺基本都是私人店铺没

有人换班，在价值人流量大，他们基本没有出去吃饭的时间，那么实惠可口的外卖当然是他们的最佳选择了；最后是社会上的80后家庭，对于他们这群人来说，大部分人都不會或是不喜欢做饭，而且，还喜欢上网，看电视不愿出去吃饭。但是，他们的工资水平又不高，整天吃肯德基、麦当劳等快餐是不可能的，而我们的中低档外卖刚好符合他们的消费需求。

2、学生人群需求情况：学生人群主要以大、中专生为主。首先，因为他们课业安排不多，时间比较自由，大部分人平时都喜欢呆在宿舍，要么睡觉，要么上网、看电视，尤其是男生，他们常常会玩游戏玩的废寝忘食，错过来吃饭时间。再者就是好多人夏天嫌热，冬天怕冷，不愿意出宿舍去买饭，而我们的贴心外卖刚好符合他们的需求，让他们可以享受不出宿舍就能吃到可口饭菜的生活。其次，像渭南师范学院、陕西铁路职业技术学院等院校，外地学生都比较多，在渭南呆了几年了，他们肯定也希望能品尝到渭南的特色小吃，现在是不出宿舍就能吃到，他们肯定也乐意了。

### （三）竞争对手分析

本店周围主要是一些火锅店等传统餐饮店，虽然会对我们外卖店产生影响，但影响并不大。而主要的竞争对手是肯德基、麦当劳等大型的附有外卖服务的快餐店，他们的品牌老，成立时间长，快餐品质优，服务质量好，有许多忠实顾客，但是，他们店的食品价格都比较高。

### 三、创业理念介绍

随着科学技术的进步，经济的发展，人们的生存危机感却越来越严重了。经济发展了，人们的生活水平是提高了，可人们的生活压力，工作压力去却越来越大。科技进步了，各类转基因食品，人工合成食品也先后即出现了。食品的种类是多了，可人们能吃的，敢吃的安全食品却越来越少了。



为了消除人们的生存危机感，减轻人们的压力，使人们能吃到安全可口的食品。本店创立的初衷就是要为人们提供无公害、无污染、纯天然原料做成的饭菜，而且我们的外卖包装采用的是铁制的，可重复使用的无污染饭盒。同时，我们便捷优质的外卖服务可帮人们解决因工作压力导致的就餐时间短问题。

我们的宗旨是“为顾客提供生态、安全、便捷、优质的外卖服务”。

#### 四、创业组织构建

本店处于初创阶段，组织结构主要采用直线制，具体结构如下：

由于本店刚成立，资本和规模都有限，店内部门设置不是很完善，同时由于人力资源问题，本店的营销推广活动及人力资源管理活动主要由总经理于店长共同完成。

#### 五、市场竞争分析

下面主要以swot分析法对市场竞争情况进行分析

**s**□首先，本店的饭菜主要以无公害、无污染原料做成的，符合现代顾客对食品消费的需求，而且，与肯德基等快餐店的外卖产品相比，价格相对比较便宜；其次，与渭南其他传统饭店相比，本店提供的外卖服务更符合现代顾客的需求；最后，不像西式快餐店，主要满足的是青年人群的需求，本店提供的饭菜是中式口味，面向的是所有年龄段的人，覆盖面比较广。

**w**□本店提供的饭菜虽然物美价廉，但由于刚成立，与别的外卖服务相比知名度不高，没有形成品牌效应，顾客对我们产品缺乏信任感。

o□随着人们生活水平是提高以及各类食品安全问题的出现，使得人们对食品质量的要求越来越高，同时，人们更倾向于购买无公害、无污染的绿色食品，这对于我们店来说是一个很好的机遇。再者就是，人们就餐时间的缩短，加之大量商业工作人员的出现以及大批学生的涌入，为外卖服务的发展提供了机遇。

t□虽然现在看上去外卖服务的前景一片光明，可随着经济的发展，餐饮业的规模越来越大，普及率越来越高，人们就餐会越来越方便，从而会冲击外卖行业的发展。同时，随着发现外卖商机人数的不断增多，外卖服务点也会越来越多，进而使得本店的竞争对手也会越来越多。

## 六、stp分析

### （一□s□市场细分）

1、地理因素细分：渭南属于中小城市，且地处北方，消费群体中北方人居多，而且以渭南本地人口以及周边城市的流动人口为主，饭菜口味相差不大，主食主要偏好与面食，菜品偏好于素菜，口味稍重，而我们贴心外卖提供的饭菜恰好符合这一需求。

2、人口因素细分：随着城市化的发展，城市人口越来越多，而且，主要以青年人群为主，他们主要分布在各个商业岗位、学校等地。而就是这群人，他们的生活方式、消费方式和以前人大不相同，他们崇尚时尚，喜欢自由，追求个性，同时他们也是从小娇生惯养比较懒散，我们贴心外卖的推出刚好就满足了他们的需求。

3、心理因素细分：随着生活水平的提高，人们对生活质量的要求也在不断的提高，同时，人们的生活方式也在不断的变化。以前人们的追求是吃饱，吃好，从不考虑是否健康，而现在随着各类脑血管病、高血压、糖尿病等病的发病率的不

断增高，人们的追求发生了转变，在吃饱的同时更注重的是健康。再加之各类食品安全问题的出现，使得人们更偏向于生态，安全的绿色食品，而我们贴心外卖刚好抓住这一点，填补了这一空白。

4、行为因素分析：由于人们工作压力增大，就餐时间缩短，人们普遍愿意购买实惠便捷的外卖，而且，随着大量80后家庭的出现，越来越多的家庭倾向于外卖服务，这部分人主要集中为青年人群。

## （二）目标市场选择

通过对我们贴心外卖的生产能力，人力资源，财务能力等的分析以及对消费市场的分析，我们的目标市场主要定位为青年一代，他们主要以商业岗位工作人员、80后家庭以及学生为主。由于我们店初创，人力资源、财务能力相对来说还不是很强大，不能满足全部细分市场的消费需求，而在所有的消费群体中一青年一代为主，因而，我们的目标市场定位为青年群体。

## （三）市场定位

贴心外卖在市场定位时，主要采用的是选择定位。

### （一）产品

1、产品特色：就产品本身来说，本店的饭菜主要采用的是无公害、无污染、生态安全的原料制成。同时，本店提供外卖的包装采用的是经过消毒的可循环使用的铁制饭盒，没有白色污染，也不会对人体造成危害。就产品订购方式来说，主要有电话订购、短信订购和网络订购，方便快捷，符合现代人的消费需求。

2、产品种类：本店的特色饭菜主要有：合阳黑池羊肉糊卜、

韩城羊肉臊子饅饅、大荔月牙餅、蒲城水盆羊肉、渭南时辰包子、臨渭區下吉饅饅、各地特色菜品、特色面食、特色稀飯、米飯以及鍋巴米飯。

## （二）價格

為實現定價目標並考慮產品特點，我們採用的是會計部門提供成本估算，銷售團隊提供顧客的相關信息，廚房部門提供生產能力信息的方式來核算。經核算，本店的飯菜主要定為中低價位，面食一般為六元左右，肉類主食一般為十元左右，二特色菜則根據所選的菜品而定，稀飯一般為1.5元，月牙餅一元一個，夾菜1.5元，夾肉4元。

## （三）促銷

1、廣告：由於本店剛起步，資金不是很充裕，進行電視廣告、雜誌宣傳成本有點高，我們可以選擇華商報、網絡以及傳單宣傳。我們進行傳單宣傳時，主要針對的是學校，大型商場等年輕人較多的地點。

2、營業推廣：本店主要採用三種方式進行營業推廣。一是，為主要顧客辦理會員卡，每次訂餐時只要說明會員卡號就可以享受會員待遇。二是，為一般顧客發放代金券，在下次消費時可憑此券抵消一部分購物款。三是，每晚下班前把未賣完的稀飯、豆漿等封裝後發給從本店門前經過的路人，以起到宣傳推廣作用。

## （四）渠道

本店主要採用的是直接銷售的方式。我們的生產原料是由本店的採購人員直接採購，而且有專門的採購點，質量有保證。飯菜是由本店的配送人員直接配送，同時，在配送過程中也可以順便進行產品推廣。除此，也可以由專人進行電話銷售。

## 七、人力资源管理

### （一）餐厅治理结构

餐厅设总经理一名，对饭店的重大事项进行决策；店长兼收银员一名，负责收银以及处理店内的日常事务；厨师五名，店内服务生三名，采购员两名，外卖配送人员八名，保洁人员一名。

### （二）招聘计划

1、本店将招聘厨师五名，店内服务生三名，外卖配送人员八名，采购人员两名，保洁人员一名。同时，还会依情况额外招聘贫困大学生做兼职。

2、发布招聘信息。主要在报纸、网上发布信息，同时，还会通过发传单、在店铺门外张贴海报等发布招聘信息。

3、人员甄选。本店在甄选人员时，主要针对的是厨师和外卖配送人员。厨师主要测试厨艺及职业道德，外卖人员主要应满足条件是有熟练的驾驶技能，熟悉渭南市地形。

### （三）员工培训

本店的员工培训比较简单，对于厨师，他们的培训任务就是认真学习渭南各县区特色小吃的做法，不断提高自己厨艺的同时也要提高自己的职业道德；对于配送团队及服务人员主要是礼仪培训，他们的培训目标面对顾客永远面带笑容，与顾客发生冲突时贯穿顾客永远是对的的思想，配送服务要全面周到，使顾客满意。

### （四）员工绩效与激励政策

本店在管理上奖罚分明，对于无故旷工的员工要扣工资。对

于厨师和服务人员不能实行绩效工资，而对配送人员实行绩效工资，实行底薪加提成的方式，提成是根据他们所送的外卖量而定的。对于每月在工作中表现突出的员工进行奖励，同时对于表现不好的员工还会进行必要的惩罚。

## 八、财务及风险分析

### （一）财务分析

- 1、初始阶段的成本主要是：店铺租金与装修30000元，餐饮卫生许可证的申领1000元，厨房用具以及外卖包装购置15000元，外卖配送车辆购置25000元。
- 2、运营阶段的成本主要包括：员工工资、物料采购店、铺租赁费、营业税、水电、燃料费以及杂项开支等。
- 3、餐厅开业启动资金的来源：主要包括自己的微薄积蓄、父母及亲戚朋友的资助、通过国家大学生创业优惠政策所得贷款。
- 4、投资回报情况分析：根据预算分析及调查可初步确定市场容量，而且能大致估算出逐日总营业额约为20xx元，收益率是30%，毛利润是600元，由此可得投资回报期约为四个月。

### （二）风险分析

复杂变幻的内外环境每时每刻都在孕育着各种各样的风险，企业要求生存，求发展，必须认识面临的各种风险，以便制定正确的经营对策，改善经营管理，避免风险。现将我们外卖店可能面临的风险分析如下：

#### 1、外部风险

随着中国加进wto国外大型餐饮公司进军中国，品牌既快又

多地进入中国市场，必将给中国餐饮业带来极大的冲击。餐饮业竞争激烈尤其是来自国外的快餐连锁店，如肯德基、麦当劳在中国的快餐业中占据很大的市场份额。

## 2、内部治理风险

餐饮业是一个技术含量相对较低的行业，但是它需要严格的治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治理疏松，服务职员素质较低，如何建立现代企业制度，健全企业经营机制强化企业内部治理关系着企业的生与存，成与败。

## 3、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) 项陌生产阶段的风险，假如项目已经投产，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用度和偿还债务。

(3) 项陌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，假如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。

## 4、原料资源风险

本餐厅的原料主要以果蔬、豆类、菌类为主包括部分肉类，是当今最受欢迎的绿色自然无污染食品，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、自然、无污染的绿色食品。

## 5、应对措施

- (1) 汲取先进的生产技术与经验，开发出自己的特色食品。
- (2) 严格治理，定期培训职员，建立顾客服务报告。
- (3) 项目开发阶段进行严格的项目规划，减少项目风险。
- (4) 进入市场后，熟悉食品市场周期，不故步自封，积极开发更新食品。
- (5) 与原料供给商建立长期并保持长期的合作关系，保证原料资源的供给。

## 餐饮创业计划书2

绿色餐饮是指食物种养、生产加工、物流配送、餐桌消费及服务环境整个产业链条中的每个环节以一种天然、安全、无污染的状况。我们要根据人口流动密度居民收入水平，实际消费等因素，在商业区、购物区、旅游区和住宅区等地开餐经营。

### 一、市场分析

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

二、员工的服装，经营的理念，内部管理和总公司保持统一。



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

### 三、餐饮公司形象策略

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

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

### 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，初期发展就应形成一定的规模经营，选择好几个经营网点地址后，同时“闪亮全登场”。以后再根据发展，辐射全国经营。

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

#### 一、计划摘要

## 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。

## 二、公司介绍

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，可供顾客选择的空間大，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。

## 三、战略规划

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。

#### 四、创业组织

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：工作人员均以大专以上学历为标准，其中服务员要会基本的英语口语。

#### 五、产品服务

##### 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。每人一本意见簿，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。

## 六、市场预测

需求在现阶段还处于较大阶段，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3

概述：每个家庭都有自己的三两道当家拿手好菜。好了，只要你按下面的说法去做，你就可以开一家特色餐馆。这样能养活自己一家，如果有发展前途，往下开分店也是可以的。注意，小店开好了，不等于就可以开大店。

第一步、决定卖什么；

第二步、拟选择门面；

第三步、考察路过拟选门面的人流里有没有你的服务对象。如果有的话，有多少？按最底消费计算，能不能让你的生意有盈余？如果有盈余，请你按下面的说法，对你的项目进行考察和设计。考察和设计完毕后得出的投资数不能随意裁减，

（一）店的硬件设施：

a□店内硬件设施：

1、门面装修：考虑的范围：门面的位置。远看，近看，装修图案及色彩，了解当地主要的宗教信仰，当地人喜欢什么图案和颜色，不喜欢什么图案和颜色。装修材料的选用。

决定的依据：门面位置的选择，考察你的主要服务对象的流量在哪里，门面就选在哪里。远看门面装修时，用数码相机将拟选门面拍照，包括周围环境，越多越好。放入电脑处理，把设计方案放在图中，要求自己的门面更抢眼。近看门面装修时，要考虑材料的档次，制作工艺。档次的确定，参照你邻居的装修水平，主要是考虑你的主要服务对象是哪些人，满足他们的需求。装修之前请一些当地人看看方案图，提提意见。

注意事项：国家和集体禁止的图案不能用。当地人忌讳的图案不能用。有版权的图案未得到许可时不能用。



2、店名选择：考虑的范围：店名的文化内涵，字型，大小，色彩，对联。

决定的依据：由主要服务对象来确定。如果开在乡镇街上，店名直接是你的菜名也可以。如果开在学校边，主要服务对象是学生，店名就要有点内涵，有点说法，有点故事。注意事项：不能采用当地忌讳的用语，不能采用国家禁止的用语。

3、服务员：考虑的范围：服务员的长相，身材，行走姿势，上菜动作，服装色彩和样式。决定的依据：主要服务对象的层次是决定因素。如果你的主要服务对象是贫穷的小城市里只是赶着上班的人，那你家三代人一块儿上就行了，按当地得卫生习惯就行。如果你的主要服务对象是大城市里只是赶着上班的人，一家三代也可以上，但是卫生要讲就一点。如果你的主要服务对象是大中城市的商务请客，那服务员就得挑选，而且需要培训走姿，站姿，说话得语气，语音，语调，常用礼貌用语。

注意事项：每个服务员们应将店当成自己的家，对进店来的客人都当成是象到了自己家以样对待。这是最重要的基本要求。长相是次要。

4、洗手间：考虑的范围：洗手台，洗手台上放牙签盒，便池，水冲，卫生纸，镜子，洗手液及洗手液的容器，洗手间的卫生，防滑地板，装修档次，洗手间里应有供酒后呕吐的大池。决定的依据：装修档次由主要服务对象决定。高档餐馆应洗手间和便池间各自独立分开，主要是考虑中国国情，便池免不了有怪味，而有的客人洗手时要洗口，容易有恶心反映。注意事项：中国人的小便习惯不好，所以，要考虑有专人负责定时清理消怪味。有条件的应有专人守候。专门设一能冲整个卫生间的水管。卫生间应通风好，或增加排气扇，排气扇应有足够的排风能力，可将气味彻底排出。

5、看周围环境：考虑的范围：拟建餐馆的邻居的装修档次，

门口有无挡视线的障碍物（如垃圾箱，电线杆，大树，广告牌等），由进到远的看店门（越远越清楚越好）。

决定的依据：路人从远处挑选进餐地时，对看不清的店门会自然排除在挑选范围以外。

设计确定：（由使用者对应考虑范围的各项逐项作出具体设计方案。）

注意事项：拟选店门面若不是本地独家经营，最好不要让路人仰视（仰视会有高高在上的感觉，对客人不敬）也不要太低（太低会使客人有委屈的感觉）

6、经营品种：考虑的范围：菜的样品，价格表，色彩。

决定的依据：小餐馆经营品种得选择是生死抉择。一定要考察本地人的生活习惯，饮食习惯，和口味特店。最好在本地人喜欢得品种里寻找，这样风险最小。小餐馆经营的内容不要多，要精。一般小餐馆不会有专业厨师，都是自己亲自操作，或请一业余厨师，能有几样好菜就很不错了。如能让这几道菜有回头客，餐馆就有希望开下去。定价不要心狠，约有利润即可。也要参照当地同类价格。明码标价。

注意事项：增加新菜谱要特别小心，先请几个常客尝一尝认可后，再将其标准化后推出（不然客人昨天吃了叫好，今天邀约几个朋友来品尝，结果味道变了，会使客人丢大面子，再也不会来了）追求特色创新风险最大，如同中的追求中大彩一样，不适合赚血汗钱的普通百姓。追求特色创新是那些把钱当成手纸用的人的游戏。

7、卫生：考虑的范围：门口地面，门面，店内地面，桌椅，服务员，厨师，餐具，厨具，卫生间，店内人员的卫生习惯。

决定的依据：采用对比法，考察同档次邻居餐馆的卫生水平，

等于或好于他们就可以了。

设计确定：（由使用者对应考虑范围的各项逐项作出具体设计方案。）

注意事项：从外到里，凡是客人能看见的一定要认真对待。

我有几个老外朋友，有一次，一块儿在丽江一酒吧喝啤酒。不知是谁谈起了中国厕所，一谈就是两小时。甲曰：“我来时有朋友告诉我，在中国找不到厕所。”乙曰：“我不进厕所，我宁可憋两小时找野外方便”。丙曰：“餐馆里更糟糕，进了厕所后再也不用吃了，倒胃口。看看桌上的菜像模像样的，千万别看厨房。”

说得我想拿把锄头挖个坑钻进去。

餐具：考虑的范围：餐具的档次，餐具的风格，餐具的材质。

决定的依据：主要服务对象的层次决定餐具的档次和材质。经营的餐饮风味决定餐具的风格和色彩。

设计确定：（由使用者对应考虑范围的各项逐项作出具体设计方案。）

注意事项：餐具最好统一色调。形状大小不一样，一种菜配一种盘，方便记帐。建议小餐馆选用厚壁餐具，不易缺边。

考察环境声音：考虑的范围：了解拟开店周围声音24小时的变化，最好是亲自去考察一天。

注意事项：若有一种环境声音是不可抗拒，让人难受的，而且在主要服务时间内，结论是：此地不能开店！

店内声音设计：考虑的范围：环境声音传进来的大小，厨房的声音，店内设备的声音，播放的背景音乐。

决定的依据：以主要服务对象喜欢听为标准。比如，主要服务对象是追求时髦的年轻人时，你一定要播放最新流行的音乐。其他声音以不让人难受为标准。

设计确定：（由使用者对应考虑范围的各项逐项作出具体设计方案。）

注意事项：背景音乐千万不要以自己爱听为标准。

厨房：考虑的范围：炉子个数，案板大小和材质，仓库，备料处，盛菜的盆，红案白案分区，生菜熟菜分区，排气排烟系统，排水系统，防滑地板。

决定的依据：炉子的个数要根据每道菜的烹调时间，保证客满时最快的上菜速度。最基本的炉子数是：蒸煮一个炉，炒菜一个炉。厨房里尽可能选用不锈钢制品，因不锈钢制品易清洁，包括盛菜的盆，不要用网状的器皿，因为不易清洁，看起来很脏。小餐馆的厨房尽可能透明，让客人看见操作全过程。

设计确定：（由使用者对应考虑范围的各项逐项作出具体设计方案。）

注意事项：沿着流程布置，多安排清洗水管，便于卫生。厨房卫生要等于或好于当地人的卫生习惯。厨房用具的禁忌生活中各类厨具，功能、作用不同，应科学地使用。否则，不但无益反而有害。

1) 忌铁锅煮绿豆：因绿豆中含有单宁，在高温条件下遇铁会生成黑色的单宁铁，使绿豆汤汁变黑，有特殊气味，不但影响食欲、味道，而且对人体有害。

2) 忌不锈钢或铁锅熬中药：因中药中含有多种生物碱以及各类生物化学物质，尤其在加热条件下，会与不锈钢或铁发生

多种化学反应，或使药物失效，甚至产生一定毒性（络合物较多时）

3) 忌用铝锅盛菜肴：铝锅属淘汰厨具。因其抗腐蚀性能力差，遇弱酸、弱碱、盐等物质会发生化学反应，生成特殊的化合物，故菜肴、酒、味精等不应装在铝制容器中过夜。还有鸡蛋也不宜在铝锅中搅拌，因为蛋清遇到铝会变成灰白色，蛋黄则变成绿色。剩饭、剩汤等也不应在铝制容器中过夜。

4) 忌用乌柏木或有异味的木料做菜板：乌柏木含有异味和有毒物质，用它做菜板其味不但污染了菜肴，而且极易引起呕吐、头昏、腹痛。因此，民间制作菜板的首选木料是白果木、皂角木、桦木和柳木等。

5) 忌用油漆或雕刻镂空的竹筷：涂在筷子上的油漆不但含铅、苯等化学物质，对健康有害，且遇热后有异味，影响食欲。雕刻的竹筷看似漂亮，因其藏污纳垢，滋生细菌，不易清洗，容易致病。

6) 忌用各类花色瓷器盛佐料：佐料最好以玻璃器皿盛装。花色瓷器含铅、苯等致病、致癌物质。随着花色瓷器的老化和衰变，图案颜料内的“氡”对食品产生污染，对人体有害。

桌凳：考虑的范围：桌凳的大小，高矮，色彩，布置，桌凳材质，桌凳数量。

决定的依据：主要服务对象的平均身高决定凳的高矮大小。当地的风俗习惯决定布置。餐馆档次决定材质。经营的主菜风味和当地人的喜好决定色彩。估算每天每个座位的营业额来决定数量。没经验的人可去同类餐馆吃一顿，估算就有了。

设计确定：（对应考虑范围的各项逐项作出具体设计方案。）

注意事项：一定要了解了当地人的习俗后，再来布置桌椅板凳。

做生意的人，要有一颗平常心，一颗善心，童叟无欺。做生意的目的是结人缘。人缘好了，何愁生意不好！这样才可以常盛不衰。你才有可能开创百年老店的基业。

所以，开店之前的准备工作之一，就是走访邻居店的老板们。先结人缘。一面是各做各的生意，一面又要互相关照。大家和和气的共同发展。这是上策。否则，当你四面楚歌时，有谁在你的水缸里放了耗子药，你都不明白。

广告：考虑的范围：电视，报纸，传单，口传，走街串巷叫。

决定的依据：若小店门口路人流量大，传单和口传即可。若小店偏僻，电视报纸可用上，设计一广告词，将主菜的特色表现出来。

设计确定：（由使用者对应考虑范围的各项逐项作出具体设计方案。）

注意事项：小店偏僻时，作为小本经营者，不可自以为是，认为酒香不怕巷子深而不重视广告。小本生意等不起。

内装修：考虑的范围：装修材质，主色彩，色彩搭配，灯饰，光的强弱，施工质量。设计确定：（由使用者对应考虑范围的各项逐项作出具体设计方案。）

注意事项：主色调的选择要考察本地人有无忌讳色，喜欢哪种色就选哪种色。

门面的气味设计。考虑的范围：门口，地沟，邻居店的气味。

决定的依据：客人在门口不希望有异味。只希望闻着与主要菜肴有关的味道。所以，最好经营者自己围绕拟建店门考察24小时，考察其气味在24小时内的变化。分析气味对客源的影响。

注意事项：邻居店的气味若比本店气味吸引客人，此店不可在此开。经营时间里有败味的怪味，此店不可开。

考察环境声音：考虑的范围：了解拟开店周围声音24小时的变化，最好是亲自去考察一天。

注意事项：若有一种环境声音是不可抗拒，让人难受的，而且在主要服务时间内，结论是：此地不能开店！

店内的气味：考虑的范围：服务员，餐桌，地面，厨房，菜肴，卫生间。

决定的依据：客人只对主要菜肴气味感兴趣。

## 餐饮创业计划书4

### 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让学生喜欢。而学生对食堂饭菜的抱怨则更是“自古无之”。虽然大学生能够到校外就餐，但大多数学生迫于经济要素，还是情愿在校食堂就餐。饭菜质量得不到保证，会导致很多问题，学生营养跟不上，以致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身上的病症也屡见不鲜，那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劣缺，开一家属于学生自助的快餐店。

### 二、店面简介

本店位于大学聚集核心地段，主要针对的客户群是大学生、教师、以及打工人员。运营面积约为80平米左右。主要提供早餐、午餐、下午茶、晚餐以及特色冷饮和休闲餐饮等。早

餐、下午茶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。品类多，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。而非餐点又提供各类冷饮，如果汁、冷饮小食、各式甜点、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和更多的选择空间。本餐厅粉饰天然，随便，同时富有现代气味，墙面采用偏淡的温色调，厨房布局合理精致，采光性好，全体感观介于家庭厨房性和取酒店厨房性之间。

### 三、发展和战略

1. 本餐厅开业之前，要做广告宣传，由于主要客户群是针对学生的，而学生外消息传送的速度是很大的，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：声响）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。并且米饭的质量很好，可采用不同的做法，使口感有所不同，以求有别于竞争者，给顾客更多的新鲜感，以吸引更多的客流。此外，本餐厅还推出八宝饭等情侣套餐，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近点的餐馆，所以在地理选择上会取离学校大门无太大距离的位置。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）的叫量能够免费送货上门，单独叫外卖的需交付一定的送货费，那样还有一个好处，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，如此也就能添加销量。
4. 餐厅使用不锈钢制的自助餐盘，即节约又环保，而废弃物也不随便倾倒，与养殖户联系，让其免费定期收取，如此能够互利。据悉，竞争者在这方面做得并不到位，因此优秀的就餐环境是能够吸引更多顾客的。



5. 暑假期间虽然客流会骤降，但终究还有部分留校学生、附近居民以及打工人员，届时可采取减少生产量，转移服务基点等方式，以改善暑期的运营情况。寒假期间就考虑修业一个月，以减少不必要的成本收入。

6. 市场经济是快速发展的，变化的，动态的，因此要以长近的眼光看待一个企业的发展并进行分析，制出长期的计划，每过一个阶段就对该运营的情况进行分析总结，并做出下一步计划，如此呈阶梯状的发展模式。当运营情况稳定后，可以考虑扩大运营，添加其它服务项目，并寻觅新的市场，做连锁运营，并慢慢制造本人的品牌，向为学生提供饮食的餐饮行业发展，总之，要以长近的眼光看待问题，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。

运营理念侧基于以下几点：

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：具有保守文化气味的绿色就餐环境

#### 五、市场分析

大学生的食堂的饮食问题不断，大学生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。部分大学的饮食情况令人担心，以致有的大学食堂出现了集体中毒事件。

本企业就是根据这一点,为了保障大学生的饮食安全,提高大学生的饮食质量,成立大学生饮食联盟,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,协助贫困生更好的完成学业。

优势与劣势:

优势分析:本餐厅运营处理了学校食堂饭菜口味单一等问题,也消除了流动小摊卫生没有保证的担心,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,该很容易受到顾客喜欢,并能节省部分人力资源。同时,餐点还提供冷饮、糕点等,并提供免费茶水。简洁舒服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迟餐,因此在校外的本店则能够扑捉那部分因时间差而导致丢失的市场份额,换句话说就是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,因此还具有一定的劣势。另一方面,由于学校假期是固定的,寒暑假期间的客流会骤降,而寒假期间会比暑期更少,那将会是一个比较难以处理的问题。

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具有的,并具有一定的竞争力。而本人正是学生——那个最大客户群的一员,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,是很有机会挤入该餐饮市场的。

要挟分析:餐厅的服务与产量的高低与运营成本又有间接和必然的联系,因此产品价格必然不能比竞争对手低,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,成本取利润也是间接挂钩的,赢利

的多少则又与能否和竞争者生存下去的一大决定要素。再者，各地风俗与饮食习惯的不同，又产生了另一个问题，即能否大多数顾客都能对产品认可或满意呢，那也是需要接受考验的。

## 六、促销和市场渗透

组织的晚会借此进行宣传，通过活动时刻提示顾客的消费认识。针对节假日，开展无针对性的促销策略，如发传单等。

## 七、财务情况分析

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，厨房器具购放费用1000元，基本设备及其他费用等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，纯项开支等。

### 3. 每日运营财务预算及分析

据预算分析及调查，可初步确定市场容量，并大致估算出每日营业额约800元，净利润率50%，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和略，避开大量的软广告营销，而采取一整套行之有效的“许诺营销”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“吃之素”的运

营宗旨与理念。

技巧化营销策略：

作出持续性、计划性的策略将避免与普通餐厅顾客忠实度不高的缺陷，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消息反馈系统，实现营销许诺：

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，认真听取顾客看法。

2、将顾客满意进行到底。树立“顾客满意本人才满意”的观念，做到时刻为顾客着想。

3、建立餐厅顾客服务调查表，定期由营销部负责人担任对顾客进行跟踪服务。

## 九、大力制造“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，实行对企业的外显文化和内显文化的有机整合，加强企业的品牌保护认识与能力。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，我们有一定的优势，本餐厅将严格贯彻绿色餐厅的标准，无论从材料采购、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髦的就餐环境，通过对餐厅的布局、粉饰风格、温度等，体现健康绿色的理念。

推广保健学问、宣传绿色文化：

本餐厅将在营销外，围绕21世纪的餐饮从题——养生、健美、

绿色三个具有社会意义的学问点，对消费者进行有计划、有针对性的宣传，从而指点顾客的消费取向。通过进行专题讲座、手册宣传、公益活动等方式将以上餐饮学问宣传出去，同时借此机会加大对绿色产品的宣传引见。推广、倡导健康科学的饮食文化，弘扬保守文化外的养生文化。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会与条件。

## 十、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益的运营环境。

1、与员工建立团结、信任的合做关系。在员工之间搭建起平等、便利的沟通方式，通过发行内部刊物、为优秀员工提供奖励，集体文娱等活动添加员工的凝结力和工作积极性。

2、社区公共关系。为保证充足的人力资流，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。维护顾客的合法权利，提供优秀餐品和服务，准确处理顾客的要求和建议。

3、政府关系。及时了解并恪守政府相关法律法规，加强与政府部门的联系，自动协助处理一些社会问题。与宣传媒介建立并保持广泛关系；向其提供本行业的真实消息。

## 餐饮创业计划书5

### 一、发展前景

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平方米左右。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。

1)、优势分析：本餐厅经营解决了学校食堂饭菜口味单一等问题，也无流动小摊卫生没有保证的担忧，并且与食堂同样方便快捷，节约时间。另外，本餐厅采用自助选择方式，应该很容易受到顾客欢迎，并能节省部分人力资源。同时，餐点还提供冷饮、冰粥等，并提供免费茶水。简洁舒适的装修将是餐厅的一大特点，学生普遍喜欢在干净、服务态度好的餐馆就餐，因此令人满意的服务也将是本店的一大特色。此外，学校食堂有明确的就餐时限，而校外很少有餐馆出售早餐，因此在校外的则可以较容易地抓住这部分因时间差而导致丢失的市场份额，换句话说就是由在就餐点前后的一段时间要就餐的潜在客户群所产生的市场份额。劣势分析：由于刚起步，快餐店的规模较小，如就餐的人力资源、服务项目等都比较有限。而校区内外的竞争也是比较激烈的，因此还存在着不小的劣势。另一方面，因为学校假期是固定的，寒暑假期间的客源会骤降，而寒假期间会比暑期更少，这将会是一个比较难以解决的问题。

2)、机会分析：据我们的市场调查与分析，本店产品的市场需求是存在的，并具有一定的竞争力。而本人正是学生——这个最大客户群中的一员，所以更能了解顾客需要什么样的产品和服务，从这些方面来看，是应该是很有机会挤入该餐饮市场的。



## 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。

### 餐饮创业计划书6

#### 一. 项目介绍

餐馆名称□norwegian salmon place 挪威三文鱼小镇

餐馆类型：中高档西餐，自助+单点

产品：各式三文鱼为主，附加牛排、鹿肉和咖啡、啤酒、葡萄酒

源料：从挪威海运的新鲜三文鱼

厨师：从挪威聘请主厨

合作：挪威领事馆+挪威华人+影视新秀+歌手

环境：欧式风格，钢琴伴奏，设有演出台。

地点：万通中心二层(朝阳区朝外大街6号)

面积：320平方米，房租一年81万

席位：仅设16席，共60人。

就餐人数：70人 / 天。

消费水平：人均200元(自助180元+10%小费)

面向人群：新城国际，万通中心，朝外sohu□使馆区的白领

## 二. 市场调查和预测

### (1) 目前的状况：

目前在北京，没有一家专业的以三文鱼为主的餐厅。只有在北京的高档酒店才能吃到真正的挪威三文鱼。通常的酒店和料理店所提供的三文鱼，多数为日本的三文鱼，而且新鲜程度不一。现在家乐福超市已经有专柜出售挪威三文鱼了，价格是一公斤200元人民币。

### (2) 人们的认识：

随意挪威政府加大在世界各国对三文鱼的宣传力度，越来越多的中国人开始关注挪威三文鱼。现在白领人群，提及挪威三文鱼，都能知道。但具体的吃法，多为日本料理的三文鱼刺身，其他做法很少品尝过。如果进一步问到在北京什么地方可以吃到专业的挪威三文鱼，却没有明确的答案。原因就是北京目前没有一家正规的专业三文鱼餐厅。上海有一家华亭宾馆专门提供各式三文鱼，其他城市，还不如北京。

### (3) 人们的认可：

北京的外国人多半在cbd工作和居住，而万通中心则是cbd核心地带，居住着多为国外企业白领，这部分人群很多时候吃不习惯中餐，而去选择吃西餐。以牛排为主的西餐厅在北京已有几百家，而以三文鱼为主的，还没有。如果是挪威人开的三文鱼餐厅，即保持了北欧的风味，又能得到老外的认可。老外能认可的餐厅，中国人更能认可。

### (4) 我们的优势：

第一，真正从挪威进口的新鲜三文鱼，第二，厨师从挪威聘请，厨师精通三文鱼的近20种的各式做法。第三，以挪威人开餐馆，挪威政府支持挪威人在中国宣传挪威三文鱼，从事三文鱼方面的工作，所以餐馆会得到挪威政府的大力支持，会得到老外和中国人的认可。第四，北京第一家专业的挪威三文鱼餐馆。第五，歌手和影视新秀的参与，会起到更好的宣传效果。

#### (5) 挪威三文鱼的营养：

挪威三文鱼是世界上公认的最好的三文鱼，含有含有丰富的不饱和脂肪酸：挪威三文鱼产自大西洋，是所有鱼类中omega-3不饱和脂肪酸含量最高的鱼类，每100克挪威三文鱼约含omega-3不饱和脂肪酸2.7克，是世界上最有益健康的鱼。含维生素a, b1, b2, b3, d, e,且是钙，铁，锌，镁和磷等矿物质的良好来源。

高蛋白和氨基酸：100克的挪威三文鱼约含18.4克蛋白质和19.8克氨基酸。低热量：每100克的挪威三文鱼含低于150卡的热量。低胆固醇：每100克的挪威三文鱼含低于70毫克的胆固醇。多吃三文鱼可以除皱纹、减肥、瘦身。所以说，即营养丰富，吃了又不长胖的食物，只有三文鱼莫属了。相信，很多减肥注重身材的人士，只要认识到了三文鱼的营养所在，一定会经常光顾的。

### 三. 商铺情况

地点：万通中心二层(朝阳区朝外大街6号)

面积：320平方米

价格：7元/平方

# 餐饮创业创新计划书篇十

大学生饮食配送是专门针对在校大学生餐饮的一种特殊的，综合的饮食方案。是以食堂为主，配送为辅的全新型方案。为大学生从根本上解决饮食质量、安全、服务等问题。食品价格低廉，安全高，富有特色，形成独一无二的专业服务。

## 二、项目策划的背景

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

本企业就是根据这一点，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。

## 三、项目的概念与独特优势

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

## 四、项目成功的关键要素

饮食配送要在大学生中推广成功，其关键问题是：

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

3、引导一种新型的绿色食品观念，提升产品的附加值，有足够的辐射力。

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

## 五、项目成功的保证条件

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

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

## 六、项目实施目标

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

1、近期目标：投入城院各个角落，获得80%认识率(1-3个月)

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

3、长期目标：取得全国各大院校30%以上的份额。

## 七、市场环境分析

## 1、综合环境分析

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

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

## 2、竞争环境分析

### a□院校皆以食堂为主

饮食类型基本一致

卫生存在隐患

价格较高

份量较少

菜色基本一致

### b□饮食品类划分

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

饮食在致可划分为四类：

一类是甜食(如糖醋里脊)；

一类是酸食(如泡菜)；

一类是辣食(如辣子鸡丁)；

一类是普通菜食

### c□竞争状况

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

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

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

### d□竞争者划定

作为一种最新引进大学校园的饮食配送，很有可能触及所有校园食品的销售利益。

主要竞争者的市场定位及广告诉求点：

甜食：定位为广东、福建等地区，多以小孩为代表，突出纯美，和谐；

酸食：定位为内蒙古等地区，诉求点是自然美与草原生活；

辣食：定位为四川、安徽、湖南、江西等地区，诉求点是，辣，就是这个味。

普通食：定位为全国所有地区，理性诉求

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

e□饮食配送的问题点与机会点

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

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

### 3、消费者分析

#### (一)消费需求

a□温饱：消费者希望一份价填一份肚，以维持生理需要，这是最基本的心理需求；



b□营养：消费者的主要目的是为了保健身体，维持健康生活状态；

c□眼观享受：消费者希望入眼的是一幅可口欲滴的美观，引起消费者食欲；

d□物廉价美：消费者希望以最少的费用取得最可口美味的食物；

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

## (二) 消费习惯

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

b□频率：中国大学生85%的人一日三餐，即早、午、晚三餐；

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

## (三) 价格承受力

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

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

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

## 4、食品竞争力分析

### a□饮食配送特点

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

### b□优劣比较

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

饮食配送作为一种新方案，在大学像舶来品，同以往的食堂相比，也各有优劣。

#### (一) 食品优势

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

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

#### (二) 食品劣势

现代饮食市场种类繁多，难以找到突破点，大学生口味挑剔，需一定的时间和精力大学生饮食配送创业计划书工作计划。

配送引起的垃圾品较多。饮食配送任为一种全新方案，在大学知名度几乎为零。

### 3、定位策略

#### 战略定位

采取聚焦差异取胜战略

#### 市场定位

以城院为突破口，逐步向全国各大院校推广，继而占领全国高校

#### 食品定位

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

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

#### 传播定位

a大学生饮食配送口感独特

b大学生饮食配送物廉价美

c 大学生饮食配送服务周全

d大学生饮食配送与大学生所追求的独特心态相应