

# 餐饮创业计划书(模板5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。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 餐饮创业计划书篇一

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（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。

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。

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。

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。

## 餐饮创业计划书篇二

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

### 二、店面简介

本店位于大学聚集中心地段，主要针对的客户群是大学生、教师、以及打工人员。经营面积约为80平米左右。主要提供早餐、午餐、晚餐以及特色冷饮和休闲餐饮等。早餐以浙江等南方小吃为主打特色，当然本地小吃也是少不了的。品种多，口味全，营养丰，使就餐者有更多的选择。午餐和晚餐则有南北方不同口味菜式。而非餐点又提供各种冷饮，如果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘等。

本餐厅采用自助快餐的方式，使顾客有更轻松的就餐环境与更多的选择空间。本餐厅装饰自然，随意，同时负有现代气息，墙面采用偏淡的温色调，厨房布置合理精致，采光性好，整体感观介于家庭厨房性质与酒店厨房性质之间。

### 三、发展战略

1. 本餐厅开业之前，要作广告宣传，因为主要客户群是针对学生的，而学生中信息传递的速度与广度是很大的，所以宣传上可不用费太大的力度，只需进行传单或多媒体（如：音响）等形式的简单广告即可。
2. 本餐厅采取自助餐的方式，免费茶水和鲜汤。并且米饭的质量相对竞争者要好，可采用不同的做法，使口感与众不同，以求有别于竞争者，给顾客更多的优惠，以吸引更多的客源。此外，本餐厅还推出烧烤+冷饮、八宝饭等情侣套餐，由于休闲饮食的空缺，这也将成为本店的一大特色。
3. 有许多学生习惯于三点一线的生活方式，许多时候为了节约时间会选择最近的就餐地点而不愿到较远点的餐馆，所以在地理位置选择上不会与学校大门有太大的距离。餐厅在适当的时候还将推出送外卖的服务，根据不同情况采取相应得做法。如：若有三份以上（包括三份）的叫量可以免费送货上门，单独叫外卖的需交付一定的送货费，这样还有一个好处，如有一人想叫外卖，为了不出送货费则会拉上另外的两份外卖，如此也是能增加销量的。
4. 餐厅使用不锈钢制的自助餐盘，即节约又环保，而废弃物也不能随便倾倒，可以与养殖户联系，让其免费定期收取，如此可以互利。据悉，竞争者在这方面做得并不到位，因此良好的就餐环境是可以吸引更多的顾客的。
5. 暑假期间虽然客源会骤降，但毕竟还有部分留校学生、附近居民以及打工人员，届时可采取减少生产量，转移服务重

点等方式，以改善暑期的经营状况。寒假期间就考虑修业一个月，已减少不必要的成本支出。

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

2. 运营阶段的成本主要包括：员工工资，物料采购费用，场地租赁费用，税，水电燃料费，杂项开支等。

3. 每日经营财务预算及分析

据预算分析及调查，可初步确定市场容量，并大致估算出每日总营业额约800元，收益率30%，由此可计算出投资回收期约为三个月。

## 八、营销组合策略

有形化营销策略：

由于本餐厅的经济实力尚弱，因此初期将采取避实就虚的营销战略，避开大量的硬广告营销，而采取一整套行之有效的“承诺营销”进行产品宣传。通过菜单、海报、文化手册、广告、促销活动等向消费者进行宣传、倡导“天之素”的经营宗旨与理念。

技巧化营销策略：

1]顾客反馈表。在服务中严格要求工作人员树立顾客第一的

观念，认真听取顾客意见。

2、将顾客满意进行到底。树立“顾客满意自己才满意”的观念，做到时时刻刻为顾客着想。

3、建立餐厅顾客服务调查表，定期由营销部专人负责为顾客进行跟踪服务。

## 九、大力打造“绿色食品”的品牌形象

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

### 推广保健知识、宣传绿色文化：

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

## 十、重视搞好一系列的企业公关活动

本餐厅将通过一系列的公关活动，处理各方面的关系，为餐厅的发展提供宽松有利的经营环境。

1、与员工建立团结、信任一致的合作关系。在员工之间搭建起平等、便捷的沟通方式，通过发行内部刊物、免费会员提供奖励，集体娱乐等活动增加员工的凝聚力和工作的积极性。

2、社区群众关系。为保证充足的人力资源，获得稳定的顾客群，得到可靠的后勤保障，应积极参与维护社区环境、积极支持社区公益事业。尊重顾客的合法权利，提供优质餐品和服务，正确处理顾客的要求和建议。

3、政府关系。及时了解并遵守政府相关法律法规，加强与政府部门的联系，主动协助解决一些社会问题。与宣传媒介建立并保持广泛关系；向其提供本行业的真实信息。

## 十一、发挥绿色餐厅的价格优势

本餐厅的目标人群为学生以及城市居民。考虑到市场上餐饮产品、保健品的价格因素，本餐厅的产品定价将处于同类产品的中低价位。占领一定的市场份额，形成规模经济效应，以低成本获得高利润。在产品的价格及其组合上，我们是依据消费者不同的消费层次和需求，加工、提供各种具有食疗保健价值的营养餐品，其中在价格的制定上我们严格按照原料的利用率来计算，比如果蔬的去根多少、是否去皮、去叶，最后厨房的加工程度，为消费者提供每份6-100元不同餐品组合的标准，顾客可以根据自己的实际情况选择不同的素食食品。

## 十二、市场风险

(1) 在本项目开发阶段的风险，市场上可能会同时出现类似餐厅的开业。



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

#### 内部管理风险：

餐饮业是一个技术含量相对较低的行业，但是它需要严格的管理才能赢得消费者的信赖，对于大多数中国自办的餐厅来说大部分存在着内部管理松散，服务人员素质较低，如何建立现代企业制度，健全企业经营机制强化企业内部管理关系着企业的生与存，成与败。

#### 原料资源风险：

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

### 十三、应对措施

1、汲取先进的生产技术与经验，开发出自己的特色食品。

2、严格管理，定期培训人员，建立顾客服务报告。

3、进入市场后，认识食品市场周期，不故步自封，积极开发更新食品。

4、与原料供应商建立长期并保持长期的合作关系，保证原料资源的供给。

初期（1-3月）

主要产品是针对城市三种群体不同身体健康状况的餐品，市场策略为通过积极有效的营销策略，挤占中式餐饮及保健食品的市场份额；树立“绿色食品”的良好品牌形象，提升知名度、美誉度；收回初期投资，积极进行市场推广。

#### 中期（1年）

巩固、扩展已有的市场份额，进一步健全餐厅的经营管理体制，提高企业的科学管理水平；着手准备品牌扩张所必须的企业形象识别系统、统一的特色优势餐品、统一的管理模式等方面的建设。

#### 长期（2年）

届时，餐厅运营已经步入稳定良好的状态，随着企业的势力与影响力的增强，服务范围不再能满足潜在顾客的需要时，以特许经营的方式，开拓新的市场空间，扩大餐厅的辐射范围和影响力。

### 十四、店面设计

#### 视觉识别

店名：一方面应该和自己的经营业务有紧密的相关，另一方面要照顾到经营的场所是在校园内部，要贴近校园特色，易于为校园群体喜爱和接受，店名应有格调，意味悠长。

颜色：以黄色，红色，橙色等暖系色调为主，辅以轻快活泼的冷系色调。彰显时尚，潮流，雅致，品位。

#### 店面布局

恰当运用灯光，地毯，隔断等元素，尽量一方面有效利用空间，一方面显得错落有致，不显开阔平淡之感。可适当设计

一些较为私密的桌位，然长时间逗留的顾客充分享受那份怡然自得的情调。分区布局，让每个细分群体的消费者都有自己喜爱的角落和桌位。

灯饰和灯光：灯饰是餐厅厅装饰的重要元素，选择各种不同样式的灯饰可以有效增餐厅的美感。灯光是烘托餐厅气氛的重要部分，可以选择不同颜色的灯光，烘托出餐厅宜人的气氛。同时，顾客应该保留在自己的空间按照自己的要求调节灯光的便利。

墙面装饰和窗帘：按照季节及时调整，各种织物材质，图案，颜色尽量显得和谐，显示餐厅的格调，贴近消费者感官享受。

桌位：桌位设计和摆放应该总体上和谐，个体上有差异，避免给消费者大排档那样的感受。

工艺品摆放：工艺品的选择应该贴近餐厅气氛和消费者偏好，烘托出餐厅的品位。

餐具：干净，整洁，应该体现咖啡厅特色或者形象。

背景音乐：以浪漫，柔和的轻音乐为主，响度适中，切合季节变化和咖啡厅格调。

## 餐饮创业计划书篇三

西南风味烙锅餐饮店。

我们的项目属于第三产业的食物餐饮类。

所谓的烙锅，是一种符合大众口味、具有西南特色的小吃店，它可以称之为“无汤火锅”。它的硬件组件简单，需要一个平底锅，一张中间有如锅口一般大圆孔的洞，一个液化灶和液化气。接下来就是菜了，把顾客需要的菜配好，配菜时用

很多佐料配制而成，然后往锅里刷上菜油，这个时候就可以把菜放上去烙来吃了！最后，桌上放上辣椒，味精，盐。个人根据自己的口味，往小碟里加上辣椒，味精，盐配好，一顿特色美食就此大功告成。

通过七上一下来进行分析。

第一、市场上：在我们学校外面开一个这样风味独特，关键是填补市场空白的这样的一个特色餐饮店，先从一个点做起，然后再把它做大。从投资成本来说，这个是一个低投资高回报的一个创业点子。

第二、地点上：店面的选择地点首选是各个高校外面的商业小吃街，大学生消费者是我们的第一消费者。作为餐饮店，我们的特色餐饮店性价比高的餐饮店，根据大学生的消费习惯特点，我们的特色餐饮会对他们有很大的吸引力，因为我们的价位适中，菜量多，味道好的基础上外加上店面的精装修、特色才菜肴、良好的宣传、热情周到的服务，肯定会受到大学生们的青睐。特别是西南的大学生，在这里可以感受到家乡菜的感觉。

第四、着装上：服务员要统一着装，要塑造良好的品牌形象。

第五、营销策略上：可以提前预定，开办会员卡，适当的促销、积分活动等。

第六、卫生上：我们的餐饮店的食品必须保持色香味俱全，保证食品的安全，制作过程的透明化，让消费者吃得放心，吃得舒心。

第七、前景上：我们的特色餐饮店的就目前的市场来看，前景是非常大的。首先，西南特色烙锅填补了大学生周边餐饮市场的空白，潜在的消费群很大，有足够的消费者优势。根据实地观察及近几年的消费调查显示，各高校外的小吃店，

都是稳赢不赔的。其次，大学生周边市场大都是小店面，而且食品的安全卫生没有保障，店面小，装修差，服务差等。因此，我们的经营理念、服务态度、装修特色等是我们相比市场其他的餐饮的极大优势。

第八、创业满腔热情下：我们灵性团队不仅是仅仅有个创业点子，更有创业理想、创业的满腔热情。会把我们的全部热情、全部力量投入到其中。

餐饮店经营的最大风险是市场风险，定价风险，产品风险，管理风险。

1、市场风险是：高校外的餐饮店特别多，很多店都有固定的消费群，而且现在的消费者，大多习惯性的会选择自己熟悉的，知道的去选择性消费，我们的餐饮店上市会受到一定程度的阻碍。

2、定价风险是：现在的农产品的价格都在上升，而且受周边一些小吃店的低价格的影响，我们也许会无法保证最大的利润空间。

3、产品风险是：由于农产品的一些不稳定因素，我们会出现断货的状况。

4、管理风险是：由于是合伙制，怕会在以后的经营管理中出现矛盾而导致涣散。

1、我们的店面装修，我们的店面有统一的广告语，广告口号。相对于其他的商贩，更有营销上的策略。

2、我们的店在外面装修是独一无二的，我们的特色让我们有站稳市场的信心。

3、作为跟消费者一样的大学生，我们更接近学生，更了解他

们的心理需要，可以不断的进行营销调整。

4、在管理方面，我们先把以后可能出现的问题以协议的方式例出来，并提出解决办法，然后让他产生法律效益，以避免以后的矛盾。

5、定价上，在保证一定的利润空间，尽量让利于消费者，真正做到，低消费，高享受。

我们采取融资的方式。具体如下：

把我们的创业点子介绍给投资人，拿出优越的条件及创意的可行性与投资人洽谈，并且签下双方协调的合同。协议上具体说明：资金在多少时间内还请，在还请的这两年内，根据投资人的投资的资金量的多少，进行一个年底的分红。这样，一是让投资人放心他的资金在一定的时间会得到归还，二是让投资人也尝到参加餐饮店的分红（具体与双方协商同步）。

既然是餐饮店，我们在配合烙锅特色的前提下，在店里搭售一些附属产品。比如饮料、酒水、还有就是独具西南特色的冰粉、冰浆等。如此一来，不仅未改变餐饮店特色烙锅的主打特色，反而还会再给消费者提供更大更好的服务的情况下增添我们店的多方面服务特色。与此同时也会给带来更多的利润空间。由于吃烙锅最重要讲的是一种氛围，所以酒水、音乐是很有必要的。

创业资金约为15万。

财政管理方面进行全天候的透明管理。具体就是做到天天有帐、月月有帐、季季有帐、年终总账的宗旨。在明确利润的同时也可以给我们的投资者一个更有力的、更确切的数据说明。

分近期目标和远期愿景。

近期目标是：先在榆中夏官营大学城开创我们的第一家特色餐饮烙锅店。为以后创造加盟连锁的模式做好经济基础及基本宣传。第一家店开拓市场，在市场站稳脚跟，不仅是先期创业的可行性验证，更是我们创业小组信心的极大鼓舞。

远期目标是：在站稳先期目标的情况下，向甘肃兰州及其他省市的各高校市场进军，实现我们的连锁加盟店形式。最终做成真正的餐饮企业。

在通过以上的具体分析阐述，我们有很充分的理由相信我们的创业会成功；我们有很大信心相信我们的西南特色餐饮店会做成企业。

## 1、产品介绍（附加图片）

名称：烙锅（无汤火锅）

色彩：颜色丰富

风味：西南风味（贵州特色）

详介：合大众口味的小吃店，它可以称之为“无汤火锅”。它的硬件组件简单，需要一个平底锅，一张中间有如锅口一般大圆孔的洞，一个液化灶和液化气。接下来就是菜了，把顾客需要的菜配好，配菜时用很多佐料配制而成，然后往锅里刷上菜油，这个时候就可以把菜放上去烙来吃了！最后，桌上放上辣椒，味精，盐。个人根据自己的口味，往小碟里加上辣椒，味精，盐配好，就可以吃了。

## 2、服务项目

一、服务：指店内外的消费环境。包括内部的桌椅样式、店面环境、应用餐具等。做到使顾客舒适满意。

二、：指服务人员的服务态度。服务要周到热情，一切以顾客的合理要求为宗旨。例如，主动为顾客倒水、介绍菜单、拿碗筷等。使消费者感到真正的宾至如归。

1、店面的整体装修。在符合特色烙锅的前提下更亲近大学生的消费习惯、消费感觉进行装修。（可以通过对大学生的实地调查后进行）

2、系列设计（菜单、着装、餐具、广告、颜色、口号）

3、舒适新颖的桌椅（人性化、个性化、舒适化）

4、店内设施的摆放（尊崇以方便顾客为主。可以是顾客有更多的活动空间，设置衣服挂、衣服柜等小设施，为此可以更方便我们的顾客。）

5、餐具卫生洁净（专业消毒、数次清洗，绝对不可以给消费者使用脏、破的餐具。）

6、服务热情周到（在顾客不反感的情况下最大限度的热情周到。千万不可以造成厌恶的服务。）

7、价格合理公道（在调查其他饮食价格后、在统计本身的成本后、在涵盖利润的差额后给每位消费者一个可以接受的价格。）

8、外卖服务（现做现送、及时无误。并且要与本店的ci形成一致。不仅给消费者一个很专业服务的感觉，还会做到无形的宣传功能。）

9、产品质量保证（最重要。这是每个餐饮店的绝对前提，更是我们特色餐饮店的重中之重。）

10、外卖的包装统一设计、卫生



11、食用工具（基本餐具、各种配料、单巾。）

12、可以提前订餐（设立专线的订餐电话，做到营业期间根据店内的消费人数进行准确的服务。）

13、回馈消费者活动（促销活动，可以分季度或者活动日纪念日进行相应的促销活动和回馈消费者的感恩活动。这样可以做到进一步树立我们店良好形象的效果。是美誉度、知名度、满意度得到提升。）

14、其他的配套设施的设立（如卫生间洗手间等）

我们所针对的市场是高校外面的商业小吃街，目前根据调查跟分析，民大跟兰大榆中校区的商业餐饮一条街规模不是很大，但是有很大的发展空间。外面的餐饮店种类大多数是以炒菜、火锅、盖浇、烧烤为主，这些饮食占据外面所有餐饮的百分之八十以上。

店面的面积级装修情况：大多数店面的面积有限，装修简陋，服务一般。

消费口味：重要的是口味都相差无几。在学生的饮食选择有限的情况下，使大学生除了食堂以外还是没有很大的选择余地。也就是说，虽然有钱，但是有些想吃想尝试新品种是得不了满足的。

经验分析：根据我们团队在校三年的经验及对以前的了解，外面的餐饮结构是很不完善的，而且根据我们的详细调查，我们学校跟兰大来自西南的学生超过了6000人，我们的西南烙锅的市场就这一西南消费人群来说潜力是非常大的，而且最关键的是，我们的特色烙锅店填补了学校外面餐饮的一个空白，而且这个空白正是符合消费者的口味。

竞争者的swot分析：

我们西南风味烙锅餐饮店在学校外面共有5家竞争对手，其中具有东北风味菜的一家，重庆烧烤2家，川味小吃2家，他们的经营期都是3年以上。东北菜馆的形式比较单一，而且味道不好，因此，客源泉稀疏。重庆烧烤的是一家生意可以，一家不怎么样。川味小吃的由于卫生环境差，服务质量差，就餐环境拥挤脏乱。还对我们照成威胁的就是外面的那些小吃车。但是由于他们的规模有限，没有固定的场所，而且，也不能当正餐，因此，我们把握住了竞争对手的弱点，推出“低消费，高享受，物美价廉”等等营销战略，一定会在这样的市场中拓展一片属于西南烙锅的天地。

其次，民大的餐饮环境都是以小面积店面为主，没有统一的服务标准，没有统一的形象，各种餐饮店参差不齐，不能为消费者提供一个良好的就餐环境。我们的餐饮店有以上外面所部具有的一切，而且，我们的店在外面没有第二家，并且，还符合大众口味，做到“人有我有、人无我有”。所以，市场的前景是很有吸引力的。

a□我们的餐饮店主要面对的是学生大众，价位不高，属于中低等消费，保证消费者物超所值，都消费得起。

b□大力开展多种小吃搭配烙锅，比如饮料、比较好做的并且具有西南风味的冰粉、冰浆。价格便宜，而且还可以因地制宜的推出套餐。让消费者感受到更多实惠。

c□就目前看，我们没有直接的竞争对手，即使已经有很多地方性小吃，但是不会与我们的特色烙锅起到冲突。并且从他们的规模有限，服务不好，就餐环境的拥挤肮脏来看。我们有比之更好的优良服务、就餐环境。而且味道独特且符合大众。

d□外面与我们有相似之处的店面的市场占有率在---%35左右，在销售业绩上看，根据我们三年来的观察，并不是非常乐观。因此在消费者中的形象并不是很突出，每个店的固定顾客是

很有限的，消费者的随意选择成为他们店客源来源的一个很大组成部分。

□其他的餐饮店一般不采用什么广告宣传方式，这个是我们的弱点，他们只是单纯的靠消费者的口头传播。因此，我们在方面可以发挥我们的绝对优势，因为我们就是广告专业的学生。

我们的劣势是，这些店面都有几年的经营经验了，在大学生心理也有印象，与之相比我们在开始正式开业时，缺少经营经验、市场经验。可能会一时间会出现无法打开市场的情况。另外我们还有我们未完成的学业，无法做到24小时都在经营。

但是，我们的产品是特色的产品，服务是周到的服务，环境是优越的环境，而且根据我们的人事安排，我们会招聘一些全职店员，虽然我们还在继续上课，但是我们保证天天开业。为此我们有理由相信我们会克服这样的劣势。是自己的优势达到最大化的发挥。

我们针对的消费者主要是在校大学生，进一步的目标消费群是来自西南的学生。因为，我们的烙锅符合西南口味，是西南人的大众口味，西南消费人群会最想尝试我们的产品。潜在的消费群是来自其他地区的学生跟外面的当地人跟学校外面的长期居住的人。我们会根据本地大学生消费者的多元化口味，在不改变特色的前提下，做出改变，使我们的产品符合更多消费者口味的烙锅。

现在的大学生的消费心理主要是习惯性购买。经济性购买跟不定性购买。他们主要是“求实，求新，求廉”。他们一般的就餐时间是中午跟下午以及晚上。而且，他们的消费行为一般随意性比较大，而且好奇心理强，多想尝试新的东西，因此，我们的客源可以说是相当充足的。现在的大学生消费的主要项目主要放在娱乐跟饮食方面。一般比较容易感性消费，而且只要在一家店尝到了好的东西，就会经常光顾，成

为店里的固定消费者。

一、我们的潜在的将来可以成为我们的消费者的人数是：6000人左右。可发展的消费人群是全部的在校学生。

二、我们的消费群都没有收入，生活来源是每个月家里提供的生活费，消费水平属于中低等水平，因此，价格上我们会最大限度的调整。我们的烙锅店正是符合这种中低档消费。我们还可以做到更低，让利于我们的消费者，让他们的钱花得值得。

三、消费群的文化程度都是在本科以上，都具有足够的认知能力，因此，我们一定要把味道做好，把他们给服务周到。给大学生以切身的感受，那么大学生消费者就会主动的来我们这里消费。

四、根据消费者消费得季节上的变化规律，我们会根据需求，适当改进我们的产品跟服务，让我们的产品跟随季节的变化而变化成符合季节性的口味。比如：夏天，我们就可以退出我们的冰粉、冰浆、冰镇饮料以及具有西南风味的凉拌小吃。

一、开业前进行病毒式的广告宣传工作，把我们统一的店面形象，广告语，广告的宣传方式对我们的消费者进行宣传，让他们提前知道我们的餐饮店，促使消费者的好奇心产生。

二、向最先来消费得人介绍本店特色跟“物美价廉”的销售战略，让他们在体会到实惠的同时，为我们的店进行口碑传播。还会发问调查表，根据消费者的需求，完善我们的产品和服务。

三、推出一系列套餐供消费者选择，让他们感受到真正的实惠，推出会员制，季卡，月卡，从而发展固定的消费者。以便吸引更多的顾客。

四、开业的前两个月（根据实际情况而定）进行促销。例如：凡消费满多少，可以送多少的代金券。累计消费多少可以抽奖获得一些奖品。

五、根据消费者的生活方式的不同，我们可以提供免费的送货上门服务。而且还可以赞助学校的社团活动、公共活动等，增加我们店的知名度、美誉度、良好的形象。

六、我们的店面的店址需要位于人流量最集中的地区，越接近大学越好，最大限度的接近目标消费者，使消费者一出学校大门，就可以踏进我们的店。

七、开业的第一个月（根据实际情况而定）的主要任务是打开我们点的知名度，提高我店在消费者心目中的位置，而且我们有我们的优势，因为我们本来就是学生，学生与学生之间比较好交流，而且，我们会利用这个优势展开宣传。

八、当店的经营情况稳定后，我们就会寻求下一步的发展。在现有的市场站稳饱和成熟以后，慢慢的有计划地向其他高校发展。将局部扩展为行业的优势。

## 餐饮创业计划书篇四

lv辣菜馆(love辣味，定位为包含年轻、时尚、爱情、、快捷等元素的湘赣菜系餐厅)

选址条件：

上海五角场标准门面房，具备办公中心、商业中心、居住中心三个条件，同时还是上海最大的大学社区，交通便利、视野宽阔。唯一不足是没有合适的停车位置，只能借助周围各大商场的地下停车场。

经过初步的投资前期市场调查，我们定位的目标消费群以五

角场商圈的办公白领、商业从业人员和顾客、周围庞大的大学生群、周围庞大的杨浦区居民群；竞争对手主要为现存和即将开业的中餐厅，其中特别以入主大商场的各大品牌快餐厅，以年轻、时尚、快捷为元素的对手比较多，但以爱情、为元素的对手较少；五角场所在商圈过去非常发达，新的商业氛围全面营造好后，短期内将成为可以与徐家汇比拟的`巨大消费商圈；与餐饮行业相关的法律手续、租赁合同等已经明确，供应商关系有待加强。完善、详细、有计划的市场调查，特别是消费者偏好调查需要进一步的展开。

### 餐饮特色：

以湘菜和赣菜为主菜系，宣扬湘赣饮食文化，以“辣”为主色调进行菜色设计，将辣菜文化与时尚元素结合年轻、爱情、、快捷融合推广；设计快餐套餐，积极开拓湘赣菜快餐消费市场和外送市场。

### 拟定规模：

建筑面积100平方米，1开间门面商铺楼上楼下各50平米，月租金3、3万元。

### 拟定人员：

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

### 开业准备：

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

## 开业策划:

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

## 投资预算:

房租和押金周转资金16、5万元, 固定资产投资15万元(装修10万元, 电器和厨房设备3万元, 家具装饰等2万元), 物料周转资金1、5万元, 合计33万元。

## 经营成本:

房租3、3万元/月, 水电0、2万元/月, 人工1万元/月, 促销推广平均0、3万元/月(节庆日集中使用, 每次5000元左右, 全年做5次, 其余1、1万元平时使用), 税金0、1万元/月, 其他开支0、4万元/月, 合计每月成本支出5、3万元, 每年成本支出63、6万元。

## 固定资产折旧:

固定资产15万元, 预算2年折旧完毕, 即平均每月折旧0、625万元, 折旧资金可用于周转, 但必须预算2年后重新装修。

## 盈利预算:

预计月营业额15万元, 预计65%毛利(内部必须控制75%以上毛利, 留足10%空间用于折扣销售)即9、75万元, 固定资产折旧0、625万元/月, 成本支出5、3万元/月, 净利润为3、825万元。年净利润为45、9万元。

## 生存分析:

单店盈亏平衡点为每月营业额9、12万元, 即平均每天营业

额0、304万元，年营业额109、44万元。第一年的年营业额如果低于109、44万元，则不具备生存条件，必须尽快调整或转卖；第一年的年营业额高于109、44万元，则具备了生存条件，可以设法改善；第一年的年营业额达到180万元则可以迈开步子考虑进一步发展。

利润分配：

年净利润45、9万元的60%用于提升品牌、继续投资开店，即27、54万元；年净利润的40%用于股东分红，即18、36万元。

扩张计划：

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

## 餐饮创业计划书篇五

民以食为天，足见食之重要。本创业计划书是关于在大学附近开设一家绿色餐饮店的方案。其主要业务是自助餐、早餐、中餐、晚餐、外卖、生日聚餐等，目标市场是在校大学生。本餐饮店首先采取个体户的经营方式。但是有自己的品牌商标，价值理念。

在学校周围现在已有多家餐馆，他们大多是周围居民利用所处的地理位置在自家开的小餐馆，其环境、卫生条件、管理方式等都不尽人意。年轻人对饮食永远不会满足，不仅是只为吃而吃，其非常需要环境优雅、卫生条件达标、有文化底蕴的绿色餐馆，以彰显自己的个性。民政学院附近像样的餐馆基本没有，所以这样的餐馆还是有相当的市场。到很远的地方买我们本身就是大学生，置身于这个环境更有优势。我们可以更了解大学生需要什么，更好的迎合大学生的口味。餐饮店的成本不多，对于我们大学生具有一定的可行性和可操作性。



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。

本店主体顾客是学生，毕竟年轻人都比较喜欢环境优雅、有创意的地方。市场主要面对的是安顺学院的学生和老师，及过往人员。

本店里菜品种类繁多，品种齐全。顾客可以更大程度地选择适合自己的口味，满足他们追求时尚的需要。如果顾客有时间感兴趣，本店还可以提供相应的餐具及蔬菜，让顾客自己选择做与不做。

民政学院附近因为学校附近没有像样的餐饮店，而学校内学生对绿色饮食需求量较大，这里会是一个很大的市场。具有很强的操作性和实用性。

1、为了让顾客吃上放心、绿色的食品，本店设计了一条标语：花最合适的钱买一份健康。

2、坚持诚信为本，顾客权益至上的理念。

3、靠薄利多销，走经营流水，留意客户的反馈信息。凭借优良的品质和满意的服务，赢得顾客的认可，努力实现本店与顾客双赢的局面。

由两名人员专门负责采购货物及外卖，两名人员负责主厨，还有两名人员负责店里的清洁和装饰。

1、紧跟潮流，适时推出新产品。

1、所销售菜品获得的利润和服务性收费。

2、代理业务获得的收入，可以拉赞助，在广告宣传单上印发其他行业广告，在学校合适场地发放。

因为本店经营货品占地不大，起步初期可以先根据市场需求作一份需求分析，根据此分析再逐步扩大购买规模，预计需要大约20000（待算）元启动资金，主要用于购买原材料、租借场地、员工培训、市场宣传推广。资金的筹措方式是个人或者学校的风险资金，以投资入股的方式投入，其他资金投入方式也可以考虑。预计在未来的一年内收回成本（平均销售利润率20%计算）。

1、菜品将分为上中下三种不同的档次。不同的价格。这样就可以满足不同消费能力的顾客。

2、会员卡制：消费满一定金额，可得到一张会员卡。方便以后购买获得优惠。

3、积分制：消费一元得一分，满足一定积分可兑换相应的商品。

5、利用本身作为大学生的优势。到学校宿舍进行外卖，扩大

影响力。让他们更多的了解本店！

1、组织人员在不同时间去学校发广告单。并在节假日搞些促销活动，回馈顾客（根据开学、国庆节，中秋节，春节，劳动节等节日特点搞活动）。

2、店内海报：可在店内贴上海报、招贴画等，介绍饰品的使用及文化内涵等。

5、品牌建设：以最优的服务，最优惠的价格，提供多种搭配方案。满足不同消费者的需求。力求让消费者以最优惠的价格尝到他们心仪的菜品。

以上就是我的个人对大学生创业计划的观点。虽然有好多地方不完善，但是这个也可以作为个人创业蓝图，发展自我，要创业，就必须有一个精神支柱的蓝图！