

最新火锅店创业计划书摘要 火锅店创业计划书(实用5篇)

计划是指为了实现特定目标而制定的一系列有条理的行动步骤。我们该怎么拟定计划呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

火锅店创业计划书摘要篇一

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。2007年餐饮市场达到1.2万亿元。2018年将达到7万亿元，2020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，2007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。

火锅店创业计划书摘要篇二

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。

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、新潮冲动形，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、就餐环境融为一体，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，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

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。

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

一是与顾客消费层次和火锅店档次一致，二是火锅店名称的幽默与寓意，三是火锅店的名称与风味、对象、习惯相互结合。

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。

火锅店创业计划书摘要篇三

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！

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研研究，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。

(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。

(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。

(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。

火锅店创业计划书摘要篇四

对于想开连锁店的朋友来说，找到一个适合自己投资预算、适合当地消费水平的甜品品牌是非常关键的一步，对于品牌的选择一要看运营情况，一个要看后续服务，所以在品牌的选择初期，一定要多选择几个甜品品牌做对比分析，把品牌介绍及优势记录下来，再做对比，这个是甜品店创业计划书中至关重要的，品牌选择的好坏，直接影响到你后期的经营。

知念甜品——系出名门，隶属于广州华琳食品有限公司。华琳食品创立于二零零九年，是一家集食品研发、生产、培训、销售为一体的中国健康饮食行业领先的全国性连锁零售企业。广州华琳食品有限公司在中国经过数千家品牌专卖店多年的发展，打造了国际化专业运营发展团队，独创了适合中国国情的运营管理模式，成就了大批合作伙伴创业致富的梦想。延续为广大消费者提供极致的美食享受、让人们生活更加幸福的使命，华琳食品旗下知念甜品成功地将创新式复合现代

甜品带给了大陆千万消费者。

知念甜品连锁机构采用直营和品牌加盟两种经营模式，多种级别规模店面，是适合灵活投资加盟连锁的复合式现代甜品美食项目。知念甜品连锁机构，将创新的运作模式引领甜品行业发展，始终以创造幸福为核心，为社会、客户、员工营造幸福是其前进的最大动力和源泉。

2、项目优势：

- 产销一体，削减中间流通环节，提高利润率
- 复合经营，多元化产品组合[1+n]模式，扩大产值
- 实战培训，技术培训，运营学院，店务全程掌握
- 分阶升级，逐步增加加盟伙伴盈利渠道，生产销售+配送
- 效益共享，升级加盟伙伴为区域代理，分享品牌效益
- 产品特色，港台甜品世家传承工艺融合时尚口味，不断研发创新
- 网络效应，精准布点，攻城圈地，品牌效应呈消费网络影响

3、经营宗旨：

打造甜品行业第一标准，融汇现代时尚的甜品气息，开创复合式甜品新纪元时代。

港台甜品、炒冰淇淋、西式糕点、缤纷饮品，我们推出了行业首创的产品复合式架构，以丰富为主打，但并非追求数量之多，而是旨在给予搭配的自由与欲望的满足，让四季无淡

季，让口味无重复。

创业开店，不管您是投资哪个行业，都要对该行业的市场前景及当地的行业竞争以及消费水平做个深入的市场调查，因此这也是甜品店创业计划书中极为重要的一环。

（一）市场介绍

港式甜品

符合这个趋势，说白一点就是中国人越来越有钱了，经营的大环境良好。

2、港式甜品初到中国内地时，很多人都不知道港式甜品是什么，脑海中第一印象就是蛋糕面包等西式甜品，于是很担心吃多了会发胖的问题，港式甜品的健康概念不被认可。这一点正好和香港相反，港人把港式甜品当养生，当美容养颜的佳品看待，随着时间的推移，大家认识到港式甜品和蛋糕面包等西式甜品，不是一个概念的东西，这是一个美味和健康可以兼得的美食。港式甜品中的芝麻糊、核桃露、黑糯米等都是粗粮，有益健康，港式甜品中的黑凉粉有清热下火的保健作用，港式甜品中的炖品类，比如南北杏雪耳炖木瓜，有着春天生津，夏天解暑，秋天去燥，冬天滋润的美容养颜效果。目前的甜品市场还是处于一个发展期，相信明白抢占先机这个道理大家都明白。

3、甜品店的投资资金问题：开

港式甜品加盟

店，投资比开一家奶茶店费用高的多，制作技术也比开奶茶店复杂，所以进入的门槛比开奶茶店高，这样阻止了一批想进入行业的创业者，港式甜品店不会想奶茶店一样迅速普及，所以留给有心开甜品店的创业者机会很多，开港式甜品前景

比较光明。

（二）市场竞争分析

1、行业竞争者：

目前大大小小的餐饮店多不胜数，考察一下当地有没有一家着重以休闲为主题，提供甜品的餐饮店。知念甜品所坚持的快乐是一种相互间的分享与互动，在愉悦的空间中传达内心的真挚情感，通过甜品美食作为心灵沟通的渠道，感受喜悦的节奏。

2、替代者：

餐饮业的更新速度迅速，市场需求不断改变，新的产品会不断涌现。因而我们的甜品店会紧跟市场发展，通过不断提升自身的创新能力，不断推出符合市场需要的`新产品。同时会更加注重产品的多元化，以满足不同顾客的需求。而为了增加餐厅的活力，提高我们餐厅的综合竞争力，我们会引进更多的优秀人才进入我们餐厅。

（三）目标顾客

有人误认为女生比男生更喜爱甜食，其实是个错误。事实上，口味的喜好并无性别之分，许多男生也喜爱甜品。不少女生为了保持苗条身段或为了减肥，往往视甜食为洪水猛兽。随着城市生活节奏的加快，经济的快速发展，现代职场上的人们心里压力较大，缺少休闲放松的条件。健身房，公园，酒吧已经满足不了人们对于休闲的追求。针对这一情况。甜品店的创业就显得很有市场，人们不会拒绝美食，同时又可以得到放松。而这一类生活压力大的职场人士，消费水平又普遍比较高。便形成了一个很大的市场。

所开店铺有哪些产品、有什么特色，这个是对留住终端消费

者起到至关重要的一环（自己做详细分析）

交由专业人士负责

加盟连锁项目基本都会涉及到加盟费、保证金、管理费之类的，具体的情况你要在选择品牌的时候咨询清楚，总投资要多少、分别是哪些费用，再结合自己的情况看适不适合自己。

火锅店创业计划书摘要篇五

冬天到了开火锅店的旺季也到了，开火锅店创业计划书，开火锅店成本核算如何算?开火锅店赚钱吗?开火锅店要注意什么?虽然火锅店在冬季异常赚钱，但是创业者开店之前还是要注意很多因素的，下面看看钙骨馆钙骨养生火锅加盟总部提供的《火锅店创业计划书》，或许会帮到您！

一般小规模火锅店8-10万，一个600-800平方米、60-80张台的火锅店，大概要准备60万元的资金，其中包括至少7个月的房租(包括半年的房租和额度相当于一个月租金的押金)、装饰装修、设施设备购置、员工招聘培训、前期的广告宣传等费用，同时还要准备10万元左右用于周转的资金。

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。

: 客源的调查分析。

(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。

: 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。