

# 餐饮项目招商计划书(大全5篇)

制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？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。

## 餐饮项目招商计划书篇一

### 一、日常管理工作

#### 存在问题和工作思路

目前，人才交流中心能提供待岗人员工作的岗位，除保洁工作外很少再有其他工作。因此，发挥中心主任同时是人事处副处长的特点，全校一盘棋，拓宽校内外人才交流信息渠道，积极为待岗人员创造机会。

## 餐饮项目招商计划书篇二

商业地产作为房地产开发中的一个分市场，其开发利润丰厚的好处显而易见。然而商业地产在物业交付的时候只是运营部分的正式开始，能否持续健康的运营才是决定一个商业地产项目是否成功实现价值的关键。招商工作作为商业地产运营的重要部分，从一开始的举足轻重，毫不夸张的说，招商工作的成功与否又是评判商业运营是否成功的唯一标准。

### 一. 招商工作中的操作要点

#### 1. 市场调查

市场调查的招商工作的第一步。最先要做的是对目标所在市场的调查，这主要包括对项目周边的交通、人流、居民收入、

消费习惯和消费层次等等；另一个调查的方向是周边商铺目前的经营业态、经营状况、租金水平、经营面积等。这两方面调查非常重要，它决定着项目的发展和前程。

## 2. 项目分析

## 3. 商业定位

在对项目进行商业定位时，要充分考虑到项目所在区域的消费习惯，经济发展水平等因素来决定你经营什么类型的产品，是中档还是高档还是更精细一点的东西，只有定位准确，才能在招商过程中找准目标，才能有的放矢地制订招商计划，免做许多无用之功。

4. 业态组合目前各地房地产开发项目中的商业物业日益放量，商铺的分类主要有这几种：商业街商铺、市场类商铺、住宅底层商铺、百货商场购物中心商铺、交通设施商铺、街铺和铺位；除此之外，餐饮类、百货类、电子类、服装类等经营业态如何组合排列，都需要我们对项目进行业态组合和布局划分。

## 5. 招商

业态布局划分之后，就要根据这个布局划分来招商。招商的方式主要有几种，一种是通过广告媒体宣传，这是目前采用较多的方式，使看到广告后的客户会来电来访，通过他们对项目的了解又间接影响其他客户；第二种是人员推广，包括向外派发海报，海报的内容会更广泛更详细更能吸引人。还有一种就是直接上门拜访。通过这几种方式告诉他们这个商场的地理位路，经营模式等，要想尽一切办法让客户到现场来，这是非常关键的一步，因为有时候有些客户只在电话里听你很模糊地说而没有实地去看，他们的印象就不是很深刻，你讲过后也就算了，时间一长都忘了，所以无论是采取何种方式一定要把客户搬到现场来，到了以后依据实物再详细的

介绍。客户来了以后我们还要和他把这个项目解释清楚，通过这个客户引来更多的商家，这些客户很多都是老乡关系的，像浙江、温州、福建一带都是这样，通过一个客户的介绍，一个带一个，可以引来很多的客户资源，这里面的道理这些商户也都懂，你要告诉他单单一个是做不旺一个场子的，只有大家一起做才能旺，他往往不会说我一个人来就行了，他会去告诉别人的，所以客户带客户这也是一个传播的途径之一，我们要善于多渠道地区挖掘客户。

## 6. 商业物业管理

最后一个要点是商家招进来以后的物业管理，一个场子要做旺，市场环境非常重要，开发商必须有配套的规范的市场管理体系和旺场措施，如水电配套、物业管理、形象统一宣传等。这样才能保证商户的正常经营，在洽谈的时候会给商户安全感和信心。

### 二. 开发商在招商中常见的误区

#### 1. 盲目定位，不切合实际

为了在营销推广中宣传项目的价值，开发商往往对项目的定位认为拔高，即导致商铺的价格定得比较高，而理智的做法是根据周围的消费群体以及居民的收入来决定如何定位，定位过高或过低都会和周围的消费环境不协调，定位过低会损害开发商的利益，而定位过高则会造成商家今后的经营成本过高，不敢问津。

#### 2. 招商期望值过高

期望值过高的表现首先体现就是在租金上。我们在定租金价格的时候首先考虑的不应是自己的利润，应该先考虑经营者，只有经营者生存了，我们的商场才能生存。我们要通过这个铺面核算出客户在这里经营每个月能产生的营业额，甚至每

个月客户的毛利可能是多少，这样我们才能核算出他们的租金成本，而这个成本还是不算物业管理费，水电费等在内的，我们的租金成本只有比这个价格还要低一些的时候客户的利润才可能突现。一个商场要做起来，都必须经过一个培育期，这个培育期是有长有短的，开发商要根据周边的情况来定，比如商场处于交通要道旁，它的培育期相对就会短一些，如果这个商场的位路比较边缘化，那么它的培育期可能就要稍微长一些。因此我们在招租的时候，前期往往价格比较低，因为我们考虑的是先让客户进来，把这个场子做旺以后这个商场才可能继续下去。而把场子做旺以后，租金才可以慢慢地提升，以后每半年或一年有一个递增，这样的话客户从心里比较容易接受，而一开始如果太高了，往往就形成客户不想进来这种局面。开发商最终应该考虑的是商场整体的经营效益，整体的商业氛围，整体的购物环境，不能只简单的计算所谓的利润，而应留给经营者更多的空间。因为，只有多为经营者着想，才能赢得更多的投资者。

### 3. 过分强调市场环境的影响

现在竞争是比较激烈的，很多地产开发商在感慨市场是越来越难做了，于是在招商的时候就出现了一种情况，就是招商人员过分强调受市场环境的影响，不能正确的分析自己的优势和劣势从而制定有效的招商策略。

## 餐饮项目招商计划书篇三

年月日，值“市烹饪协会”换届之时，经市民政局、市商务局以及市工商联协调，更名为市餐饮（烹饪）行业协会，加强了餐饮行业管理的职能，并选举了民营企业金满楼董事长张清华担任会长，退出会长职务，在全国尚属首例。主管部门由市科协移交给合肥市商务局，从而避免了同一行业多头现象，餐饮行业管理从组织上得到了保证。

协会更名换届通过了新的章程，增加和明确了行业管理的沟

通、代表、监督、协调、统计、研究、认定等职能，制定了制度和会员管理办法，实行会长办公会制度和秘书处办公会制度，按照企业规模和市场占有份额选举产生了理事、常务理事、副会长、常务副会长。由于运作规范，制度健全。会员单位由更名换届时的家，发展为家。

## 二、采取防范措施，积极抗击

我国今春遭遇一场突如其来的灾难，特别是合肥出现输入性病例的一个月时间，餐饮企业爱到巨大冲击，经协会调查，全市餐饮总营业额下降%。在大灾大难面前，合肥餐饮企业没有低头，明知开业将面临亏本，仍坚持营业，表现了积极承担社会责任的大无畏精神。协会于月日发出了关于合肥市餐饮业抗击措施的通知，印发了全国餐饮业应急措施条和《餐饮业分餐制经营服务规范》，制定全国首家餐饮行业自律公约“合肥市餐饮行业卫生公约”，并与安徽市场报联合主办了合肥市餐饮企业抗击，与多家大型餐饮企业发出了餐饮放心消费倡议，为抗击恢复餐饮消费信心做出了应有的贡献。此外，金满楼、蜀王、叶氏香格里拉联合向市防非办捐赠了一部救护车，三河酒家、桃花源大酒店等为抗捐款万多元。玫瑰隆、金满楼和金源海鲜楼三家被中烹协和中国财贸轻纺烟草工会评为“全国餐饮业抗击先进集体”，张青华和郑萍同志获“先进个人”称号，安徽蜀王饮食服务有限责任公司和张青华还被全国商业联合会和中国财贸轻纺烟草工会授予全国商业服务业抗击先进单位和全国商业服务业抗击先进个人。

协会在抗击中积极反映状况，按照市的要求一手抓抗非，一手抓生产，积极采取措施自救，为市制定餐饮业政策，提供了信息资料。

## 三、积极开展各项活动

、成功举办合肥首届小吃文化节

在市、市商务局的关怀和参展企业及新闻媒体的大力支持，因推迟的合肥首届小吃文化节於月日至日在杏花公园举行，盛况空前。家参展企业设个展位，多个品种参加了展销，虽然天气阴雨和寒冷，入场人数仍达近十万人次，参展企业宣传了自己，既赚了钱，又取得了社会效益，消费者既尝到了多年未见的传统小吃，又吃到了特色和创新小吃。经专家和消费者评选，小吃文化节评选出了合肥五大传统名小吃、合肥十大名小吃和七个优秀小吃品牌。首届小吃文化节的成功举办，不仅丰富了节日黄金周的旅游市场，而且对小吃和小吃文化产生了深远的影响：、产生了合肥名牌小吃；、促进了人们对合肥小吃和小吃品种的认识；、促进了小吃市场的发展；、促成了小吃名品的应市和传统品种的挖掘创新以及品牌的发展；、促进了餐饮企业的竞争和交流。如果没有小吃文化节的促成，刘鸿盛的“鲜肉麻球”“冬菇鸡饺”就不会应市正常供应，“古城牛肉包”这一传统小吃不会重新露面，“油淋鹧鸪”“茶鱼”等创新品种就不会产生。合肥首届小吃文化节还为月份的第届中国厨师节和月份的第三届中国名小吃认定提供了基础。

、组团参加了第届中国厨师节

、组织参加第届全国烹饪大赛

全国第届烹饪大赛因推迟至月份举行，协会积极宣传，落实报名，有名厨师参加了个人项目的角逐，获得金银铜，金源海鲜楼李小磊获得金奖，将参加在的总决赛。合肥旅游学校参加了赛获得了铜奖。在选手们比赛之前，协会组织国家级评委焦福成、孙成应、王振声等对选手们进行了一次予演比赛并进行了指导交流。

、与国际会展中心协办了安徽国际美食节

、组织参加第届“中华名小吃认定”

第届“中华名小吃”认定於月日至日在汕头举行，为促进合肥小吃名牌的产生，协会发出通知并在报纸上刊登要求报名，还专门召开十几家餐饮店会议，帮助和鼓励企业参加认定，最后组织了家餐饮企业参加了三年一届的盛会。合肥金祁门大酒店的“金祁门臭鸡蛋”，合肥锦华食品有限公司的“太阳宫牌茶鱼”，合肥^v^老母鸡餐饮有限责任公司的“^v^老母鸡汤”均获得了中华名小吃称号。通过认定，合肥餐饮企业对名牌的意识增强，促进了品种的市场销售，“金祁门臭鸡蛋”被认定为中华名小吃后，合商即投入万元加入进行开发，“太阳宫牌茶鱼”也将由锦华食品有限公司大批量投产。

、认真做好期间餐饮服务接待工作。

第三届“中国—合肥高新技术项目—资本对接会”及“全国农机产品定货交易会”分别于月日至日和月日至日在我市举行，这两个会在规格、规模和人数上均前所未有，市尤为重视。月日由市商务局与协会共同向各餐饮企业发文要求做好服务接待工作，并制定了详细接待方案和餐饮消费指南，汇集多家知名餐饮企业电话号码，乘车路线，经营特色和优惠措施等相关内容，向大会散发宣传小册子三万份，起到了重要的引导和疏导消费作用，秩序井然，反映良好，尤其是盛臣大富豪和一些接待代表的宾馆受到会议代表的一致好评。

、创办“合肥烹饪信息”，协办“食全食美”

为做好合肥餐饮信息工作，协会创办了“合肥餐饮信息”，每月一期，加强了与外地和本市餐饮企业的交流，与市盛世文化传媒公司合办了合肥电视台的“食全食美”和合肥广播电视报的“食全食美”栏目，并与省市多家新闻媒体建设了良好的关系，近十个月来，经协会发布和发出的各类稿件多篇。

四、积极参与绿色餐饮消费工程活动

为巩固防非成果，认真贯彻国家个部门联合颁布的《食品药品放心工程实施方案》，进一步倡导绿色消费，解决食品安全问题，保障身体健康，提高餐饮业管理水平，加快与国际接轨，促进行业健康发展，协会在商务局和“三绿”办的领导下，积极参与绿色餐饮消费工程活动，大力宣传动员餐饮企业参加，对我市申请绿色餐饮企业的多家营业规模和知名度较大的餐饮企业按照《绿色餐饮企业》和《合肥市绿色餐饮企业考核标准》于年月日参与聘请环保、卫生、农委工商、质检等专家对申请单位集中进行、并于月日至日参与有关部门专家对这些企业的原辅材料采购以及卫生、环保等项目验收检查，对存在问题发出整改意见。

## 五、成立合肥名厨专业委员会

合肥名厨专业委员会是合肥市餐饮（烹饪）行业协会的一个重要分支机构，也是由合肥地区餐饮企业烹调面点行业中的大师名师和具有高级积称者，以及与烹调、面点相关的科研机构、大专院校酒店管理公司和热心烹调、面点事业的学者专家，自愿组成的非盈利性地区性行业社团组织。

## 餐饮项目招商计划书篇四

二、企业介绍.....	3
1、项目名称.....	3
2、项目宗旨.....	3
3、项目宣言.....	3
4、产业概述.....	3
5、店面名称.....	3



6、店面主题曲·····	3
7、宣传口号·····	4
8、店面商标·····	4
9、店面地址·····	4
10、店面布局·····	5
三、市场分析·····	5
1、问卷调查·····	5

## 餐饮项目招商计划书篇五

计划书是党政机关、企事业单位、社会团体对今后一段时间的工作、活动作出预想和安排的一种事务性文书。绿色餐饮店创业计划书怎么写，我们来看看。

### 一、创业概念：餐饮店

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。在资金等条件成熟后将会组建公司并实行连锁经营方式。总体战略目标是：“立足本地，树立品牌，步步为营，扩大规模，走向全国”。

### 二、竞争对手分析

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。安顺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。

### 三、市场及顾客选择

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。

## 四、店名

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。

## 五、店面选址：安顺学院附近

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。

## 六、经营理念及目标

- 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。
- 4、最终目标：寻求加盟，连锁经营，扩大规模和影响力。

## 七、组织机构

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。

## 八、产品和服务

- 1、本店将有不同种类特色菜品推出：腊八蒜炒藕片、蜜汁滋补双色、脆皮时蔬、山药富贵虾、鲜味香锅仔茄、串烧赛肥

牛、鱼籽粉丝蒸丝瓜、杂粮锅巴肉、太极蒸木耳、青蔬狮子头、咖啡烤肉、瓜粒茶树菇等。本店还将提供生日特色餐。

2、紧跟潮流，适时推出新产品。

## 九、收入来源

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。

## 十、资金需求、筹措方法及投资回报

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xx0(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）。

## 十一、定价策略和经营策略

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!

## 十二、营销推广策略

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。

## 商业计划书清单

### 一、项目概述

民以食为天！食品永远是和大众生活最为紧密的基本要素。然而，

随着现代社会的进步与发展，食品安全缺因为种种客观原因让公众失去信心，农药超标、化学添加剂、转基因技术不断的挑战人体健康的底线。让人们吃的好已经不在是农产品发展的重点，让人们吃的放心才是一切食品最本质的标准！天然食品新概念，就是利用没有被污染的青山绿水，严格控制农药、肥料的使用，种植出无污染，无侵害的纯天然植物，经过特有加工过程，送上人们的餐桌。

本项目将涉及专供食品，绿色食品，以及食品检测，以专卖店形

式严格管理，让食品安全的理念深入民心。

## 二、团队概况

### 4、公司主要管理层简介；

总经理：负责公司的运营与发展，市场统筹调配，质量监管。  
市场总经理：负责公司的宣传，国外采购的实施，管理餐饮体验店的管理运营。

业务总经理：负责公司业务拓展，农产品的采购、销售。配餐工厂的管理运营。

### 5、公司的企业文化、经营宗旨和服务理念；

企业文化：做一个有良知的企业，做一个有责任感的企业，做一个倍受信任的企业。 打造国内一支专业的高档食品销售加工企业，以食品安全为使命，热爱生命为宗旨。 安全食品，安心生活。

### 6、公司的发展规划、思路和前景预测；

高档社区具有优越感，利用这一点可先行着手专供食品，以老人，儿童，孕妇为销售对象与此同时加大宣传攻势。形成品牌后推出大众绿色食品，以高档社区专卖店为基础扩展中等社区市场并执行本公司标准进行检测并收取费用。

### 8、市场运营和发展策略，主要包括产品研发、市场推广和营销策略；

从专供食品入手，阶梯式发展到绿色产品和食品安全检测。对原始农产品进行特色加工，开设周六参观日，感受做饭的乐趣并让公司苛刻的安全标准深入人心。

### 9、公司的商业模式和盈利模式；

目前的市场响应少，缺乏宣传力度，大家对天然产品的概念

还没有完全形成，再加大力度宣传和对产品严格把关的情况下，一旦大家认可信任这样的产品，市场前景广阔。

### 三、融资计划

#### 1、融资计划，资金使用

减少。

(3) . 影响因素的敏感性分析，主要是和对项目收益率的影响分析

#### (4) . 社会效益分析四、风险揭示和规避策略

应根据具体事件进项操作，由于本公司尚在筹备阶段故无需考虑。