

创业计划书餐饮行业 餐饮创业计划书(汇总7篇)

光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。我们该怎么拟定计划呢？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢！

创业计划书餐饮行业篇一

任何创业都是有风险的，相对于工作的按部就班领取报酬，创业带来的收益回报率较高较快，如果利用手头闲余的资金，发挥你创业的热情，让财富创造更多的财富，万事开头难，而万里长征如果没有勇气迈出第一步，那永远不知道天高有几许。同样，在创业过程中积累的经验也是一笔无形的财富。民与食为天，本次投资项目选择与民生息息相关的消费餐饮业为介入口，餐饮行业细分繁多，仅选择在两广久负盛名的柳州螺蛳粉为投资对象，我们的目标是：原创自主品牌的螺蛳粉，独此一味，打造柳州螺蛳粉精品。做为风险投资，本计划书从项目的产品服务、市场分析、营销模式、管理团队、财务预测、风险评估……等几大要素进行评价，做为整个项目投资的参考依据及行动纲领。

本项目的产品及服务范围：螺蛳粉、特色食品、餐饮饮料、甜品的经营及销售。

螺蛳粉简介：螺蛳粉源于柳州，位居柳州风味小吃之首。它由柳州特有的软滑爽口的干米粉，配上酸笋、木耳、花生、油炸腐竹、鲜嫩青菜等配菜以及浓郁适度久熬而成酸辣鲜香的螺蛳汤调制而成，造就了其具有高蛋白、低脂肪、营养丰富味道鲜、香、酸、辣、爽，吃后常使人大汗淋漓却又因清而不淡奇特鲜美的螺蛳汤，常使人欲罢不能，回味无穷，非常适合广大时尚青年的独到口味。现今作为柳州第一原创小

吃，螺蛳粉已成为柳州独霸一市的特色小吃，在空气弥漫螺蛳香的柳州甚有：“不食螺蛳粉，枉为柳州人！”之说，柳州人嗜吃螺蛳粉，而在外漂泊的柳州游子更是以回到家乡后能吃上一碗味道纯正的螺蛳粉的方式来告慰其多年的乡思！

特色食品：鸭脚、螺丝(炒、煲)、油裹卤蛋、叉烧、牛腩、猪蹄等。

餐饮饮料：王老吉、红茶、矿泉水、啤酒等。

甜品：龟苓膏、绿豆沙等。

桂林旅游游客比较多，尤其是两广、云、贵、川，都为喜酸辣省份。

常平镇位于东莞市东部，毗邻香港，全镇面积108平方公里，下辖32个(居)委会，户籍人口6.9万，总人口50余万。90%均为外来人口。

常平交通便利，制造、商贸、物流业发达，属于服务业受欢迎的城市。

“铁龙三路枢会常平”是对常平铁路交通优势的生动描述。

常平镇产业基础扎实，近4700家工业企业形成了以生物制药、五金、模具、电子毛织、玩具、塑料制品为主的工业体系。

常平镇历来是东莞东部的商贸物流中心。

常平是“中国最佳物流名镇”。

本店采用店面直销为主、打包外送(1公里范围内)为补的营销方式。

尽量延长营业时间。本店营业时间为：早6点-凌晨1点。

早上、中午以螺蛳粉为主，晚九点后以柳州特色食品鸭脚、鸭脖子、炒螺、煲螺为一个突破口，加大啤酒销量，让啤酒成为另一个利润的增长点。

5、营销模式

本店采用店面直销为主、打包外送(1公里范围内)为补的营销方式。

尽量延长营业时间。本店营业时间为：早6点-凌晨1点。

早上、中午以螺蛳粉为主，晚九点后以柳州特色食品鸭脚、鸭脖子、炒螺、煲螺为一个突破口，加大啤酒销量，让啤酒成为另一个利润的增长点。

以日销售规模为准：

300碗以下店员：3名

500碗以上店员：6名

股东(黄氏兄弟)

店长

(负责店面的管理、采购工作)

收银员1名(店长兼)

配粉员1名

(300碗-400碗2名)

(400碗以上3名)

送粉(清洁)员1名

(500碗以上2名)

外卖员1名

(时机成熟再配)

7、投资策略

本投资项目由自筹资金投入，无银行借款，无借款利息。

本投资项目采用一方出资、另一方出管理的入股方式。其中店面正式营业前所有的投入由黄廷旺100%出资，而黄廷厚以营业后的管理入股，双方各占50%的股份，合作以每3年为界。

本投资项目从开始投入后对日收入、支出明细进行造册登记，由黄廷旺负责。

本投资项目营业后，若有盈利，净利润先归还投资本金，剩余净利润按股东占的股份比例进行分配。若是亏损，在清算后，全部归黄廷旺承担。

依法办理相关证照手续，并按国家法律法规签署章程、合作协议。

项目投资进度要可控，从开始到投入经营时间控制在3个月内。

1、成本分析表

2、盈亏分析表

3、投资分析表

1、简洁、明亮、热情奔放。

2、主色调：浅蓝、浅绿。注重墙面的螺蛳粉文化底蕴，并勾勒青春气息的图案。

3、最好有一面是玻璃墙。

4、门头要醒目，大方，明亮，特别是招牌那几个字。

5、实地考察拍照深圳猪锣记螺蛳粉连锁店装修，并拍照参考。

10、风险因素

重大风险：

1、味道不正宗，客流量少。

2、人流少，回头客不多。

3、生意红火、管理跟不到位。

4、食品卫生安全问题。

5、品种单一，缺乏吸引力。

解决办法：

1、经营前进行反复试验，可以试营业，免费试吃，反馈意见后改进。

2、进行多层次的宣传，派发传单，独具一格的奖励模式(送彩票等)，选址为重中之重，一定要调研清楚，谨慎。

3、加大管理力度，必要时增加人手，到其他店去偷师学艺。

4、严把进货渠道，与正规稳定厂家进货，严把质量检查关。

5、等生意稳定后，逐步开拓品种渠道，保证多样化。

11、项目结论

本项目重大的关键点是日均销售量，如果达不到135碗是亏本的，而做不到300碗，项目的投资回收期就很慢，达到500碗是相对理想的销量，半年就收回本了，从以上看风险还是相当大的。

为促成这一理想销售目标，注意以下三个要点：

- 1、味道一定要正宗。
- 2、选址一定要谨慎，要反复考量。
- 3、消费人群一定要定位准确。

若项目成功，日销售达到500碗以上(这也是二、三线城市人流密集区开螺蛳粉店最低要求的基本销量)则一本万利，若投资失败，6万投资可回收的大概约2.5万元左右(桌椅、空调、电视)，亏损3.5万元。

综上所述，本项目对积累经验还是有帮助的，是值得试一试的，经营得好，将是创业的新起点，并且具备异地复制成功的规模效应，那将是不可估量的。

创业计划书餐饮行业篇二

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。

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。

优势与劣势：

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，因此在校外的本店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。

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。

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。

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。

七、财务状况分析

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xx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，厨房用具购置费用1000元，基本设施及其他费用等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，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：

做出持续性、计划性将决定本餐厅在避免普通餐厅的顾客忠诚度不高的缺陷方面具有先天的

优势，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信息反馈系统，实现营销承诺：

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。

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药品的市场分额；树立“绿色食品”的良好的品牌形象，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、扩展已有的市场分额，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。

奶茶店创业计划书

一、发展前景

自我们入学以来就发现校区内的商业店铺很少，紧有一家小卖部，学生平时可以在学校喝到得饮料只有小卖部里买的成品饮料，且品种单一，大大满足不了学生们对于饮料口味方面的需要。奶茶作为一种时尚饮品，以其口味好，方便快捷的饮用方式深受广大年轻人的喜爱，据我们调查，在长汽高专中德大部分学生想喝奶茶时都得到很远的地方购买，极不方便，所以开奶茶店就能满足学生购买奶茶的方便性，市场前景非常好。下学期，我们长汽高专即将乔迁新校区，根据消息，我们学校在下学期将会扩大招生，在校学生人数保守估计可达八千人左右，这是一个很大的目标消费市场，综上所述奶茶店奶茶店的消费市场非常好！

二、店面简介

本店位于大学聚集中心地段，紧挨着学生超市，旁边是学生食堂，离三栋学生公寓也不远，每天人流量非常大，属于黄金地段。我们的目标消费群体主要针对的是大学生、教师、以及学校工作人员。经营面积约为10平米左右。主要提供的各式的奶茶以及冷饮如：招牌奶茶、橙c□芒c□卡布奇诺、绿豆源、还有各式的水果沙拉、果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘等。本店采用的是现做现卖的销售方式外带可以送外卖，使顾客能更方便更健康的饮用我们的饮品。本店装饰自然，时尚，符合我们青年人朝气蓬勃的个性，我们还会在店设一个许愿墙，用便利贴的方式让顾客在我们的许愿墙上贴上他们最美好的愿望，以增加我们店浪漫的风格。

三、发展战略

1. 本店开业之前，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、个人关系宣传或多媒体（如：音响）等形式的简单广告即可。

2开业之初，我们会面对全校开展一次促销活动，促销内容主要是降价销售一天，还举办喝奶茶赢奖品等活动，活动目的在于对本店的宣传，让学生知道有我们奶茶店的存在。

3为了方便学生以及增大我们的销售量，本店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 本店还会在特殊的日子推出特别的奶茶饮品，如：情人节我们会推出情侣奶茶，冬至日会推出温暖冬日奶茶等等。

5. 暑假期间虽然客源会骤降，但毕竟还有部分留校学生、学校工作人员，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品行业发展，总之，要以长远的眼光看待问题，如此才能有企业的未来。

四、奶茶店管理结构

店长兼收银员1名 ， 饮品师1名， 送货员1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：港式奶茶及水果沙拉

主要的服务特色：会员制的跟踪服务

主要的环境特色：具有时尚气息的绿色饮用环境

五、市场分析

在大学中喝饮料是日常生活的一部分，而学校中所提供的饮品选择却远远没有达到学生们的要求。饮品市场前景良好，特别是具有青年人喜爱的时尚饮品，我们开奶茶店一定会得到广大学生们的大力支持。还有我们会对食品安全问题严格把关，做到无污染无食品添加剂的绿色饮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。

优势与劣势：

优势分析：本店经营解决学生饮品单一等问题，并且与超市里的成品饮料同样方便快捷，节约时间。同时，我们还会提供送货服务让学生购买更方便。简洁舒适时尚的装修将是本店的一大特点，学生普遍喜欢在干净、服务态度好的饮用饮料，因此令人满意的服务也将是本店的一大特色。此外，学校食堂就在我们饮品店旁边，多数学生在吃晚饭后想喝饮料，这部分的劣势很明显。劣势分析：由于刚起步，饮品店规模较小，如服务的人力资源、服务项目等都比较有限。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。

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饮品市

场的。

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。

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。

七、财务状况分析

1. 据计算可初步得出店面开业启动资金约需8000元（场地租赁费用600元，餐饮卫生许可等证件的申领费用600元，场地装修费用1000元，饮品制作用具购置费用5000元，基本设施及其他费用等800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，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300元，收益率40%，由此可计算出投资回收期约为2个多月。

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：

做出持续性、计划性将决定本店在避免普通饮料店的顾客忠诚度不高的缺陷方面具有先天的优势，为了使本店能够在顾客心目中树立起权威感和信赖感，本店将会建立一套完整的会员信息反馈系统，实现营销承诺：

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、建立饮用顾客服务调查表，定期由营销部专人负责对顾客进行跟踪服务。

九、 大力打造“绿色时尚饮品”的品牌形象

根据饮品企业竞争激烈、模仿性强的特点，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、时尚”为核心的品牌特征，本店

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、打造时尚气息来实现营销目标。作为一个饮品店开展绿色、时尚营销，我们有着天然的优势，本店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，体现健康绿色时尚的理念。

十、 重视搞好一系列的企业公关活动

本店将通过一系列的公关活动，处理各方面的关系，为奶茶店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、学生群众关系。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，应积极参与学校开展的活动以及各个社团的活动。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。

十一、 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饮品店的开业。

(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其他表现，而对于本阶段项目而言，最大的市场风险来源于市场上饮品业的竞争风险，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：

1、汲取先进的生产技术与经验，开发出自己的特色饮品。

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，认识饮品市场周期，不故步自封，积极开发更新饮品。

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）

十三、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。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：灯饰是饮品店装饰的重要元素，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，显示饮品的格调，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饮品店气氛和消费者偏好，烘托出本奶茶店的品位。饮品制作工具：干净，整洁，应该体现奶茶店特色或者形象。

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。

一， 项目分析

1、名头来历：

人间真情——有一户五口之家，母亲是江阴人氏，每逢佳节团聚必不可免的一道主菜，便是妈妈亲手烹饪的肉丝泡蛋。时年，父母年逾古稀，长子身旁伺候，次子闯荡神州，小妹更是飘洋过海。为感知牵挂，感恩养育，三兄妹携手足之情创立柔丝泡蛋连锁餐饮，寄慰人间真情——天涯翘盼，柔丝相聚。肉丝泡蛋原本江浙家常菜，为适应商标注册规范，特将“肉丝”改变成“柔丝”。 2， 现行运营：

3， 市场缝隙：

初期自首家店开业以来，出品研制成功得到固定忠诚消费群体认可；管理进入程序化；市场初探结束。更值得称谓的是原设计出品及派送方式得到满意和延伸，极具品牌竞争力，彼有一定知名度，可以继续从事市场拓展。 4， 餐饮效益：

餐饮业效益不同于其他行业——资金周转周期短(按日计算)盈亏明显。只要选址、选项、管理到位很快就会见到明显效益。

二， 项目进度

1， 初期试点阶段接近尾声

2， 二期品牌战略即将开始

多点带面，造势招商

a□ 拟在广州繁华街市开设店铺作为形象旗舰店

c□ 经营管理理顺期：规范出品、科学管理

时间：2015年1月——6月

d□多城市造势，力争每个直辖市、特大城市、省会城市开设直营店，目标总计108家。

时间：2015年初——2011年末

3， 三期选项投资(有待量化)

a□ 拓展国外行业市场

b□ 拓展品牌纵横市场

c□ 拓展跨行品牌市场

三， 项目实施

(1)集团公司组建：限期1个月

内容： 合伙协议、 资金到位

费用： 场所租赁、 手续办理、 办公设备、 经费等预算10——35万

(2) 二期品牌战略

投入1(旗舰店) 投入2(两家分店) 总投入

营业面积300平米 营业面积2×300平米 900平米

月均业绩26万 月均业绩2×26万 78万

纯利润25% 纯利润2×25% 200万

回收期6个月 回收期6个月 10个月

备用金10万 备用金2×10万 30万

总投入49万+10 总投入98万+20 计147万+30=177万

模式同a 总投入177

c 经营管理理顺期： 规范出品、 科学管理

时间： 2015年1月——6月

四： 项目总投入：

集团公司筹建费用+旗舰店开办费用+外埠形象店开办费用+集团项目运做费用=500万

五： 国内连锁餐饮行业数据表达

商务部最新调查显示， 全国限额(年销售额5000万元) 以上连

锁餐饮企业尤其是直营连锁快餐企业，营业收入大幅增长。其中，东部省市快餐营业规模明显超过正餐，广东快餐的市场份额高达90%，江苏、上海、辽宁、北京、浙江、山东等省市也已达到50%以上。连锁经营已成为餐饮业做大做强的主导经营模式。据统计，截至2015年，我国限额以上连锁零售集团(企业)达1416家，比上年末增长34.2%，实现销售额10668.4亿元；限额以上连锁餐饮集团(企业)达300家。据商务部预计，2015年我国餐饮业市场将继续以17%左右的速度高速增长，全年零售额将越过9000亿元台阶而直接突破1万亿元。

2015年是实施“十一五”规划的开局之年，在增加居民消费、扩大消费需求的政策推动下，餐饮业将进一步增强自主创新能力，规模化、产业化、现代化发展加快，餐饮经济市场活力不断增强，根据餐饮业发展模型分析，预计2015年我国人均餐饮消费支出将增长17.6%，达到800元；餐饮业市场运行将继续以17%左右的速度高速增长，全年将越过九千亿元台阶而直接突破一万亿元大关，达到10400亿元。

一、快餐店概况

二、经营目标

三、市场分析

四、经营计划

五、人事计划

六、销售计划

七、财务计划

八、附录

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. 都市快餐店位于威海路商业步行街，开创期是一家中档快餐店，未来将逐步发展成为像肯德基、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、才能和对事业的一颗执着的心，一定会在本行业内独领***。

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. 由于地理位置处于商业街，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。短期目标是在威海路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，逐步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：都市快餐店的目标顾客有：到威海路商业步行街购物娱乐的一般消费者，约占50%；附近学校的学生、商店工作人员、小区居民，约占50%。客源数量充足，消费水平中低档。

3. 竞争对手：

都市快餐店附近共有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家饭店经营期均在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. 快餐店主要是面向大众，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，如本年度设立目标是“送餐到家”服务。
5. 经营时间：早~晚！
6. 对于以上计划，我们将分工协作，各尽其职。我们将会在生产、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：
 - 1) 通过劳务市场招聘本市户口的，有一定工作经验，有良好的职业道德，年龄在

应聘者持《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受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, 制定评估方法。

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, 对于不合格者给予停职学习, 扣除20%工资, 直至合格为止。若3次考试及不合格者, 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1000元者可参加每月末大抽奖, 中奖者(1名)可获得价值888元的礼券。

4. 每月累计消费100元者, 赠送价值10元的礼券, 200元赠送20元礼券, 以此类推。

七、财务计划

本店内所有帐目情况必须及时入帐, 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，不得随意破坏或带走，每月的总收益，除去一切费用，剩下的存入银行；如果经过每月的结算后，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破坏饭店的财产，将从责任人的工资或奖金中扣除。

1) 本店固定资产 () 万元 1

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。

八、附录

附录1 法律要求

为保证食品卫生，防止商品污染和有害因素对人体的危害，保障人民身体健康，增强人民体质，严格遵守国家，地方有关法规要求具体如下：一、食品生产经营企业和食品摊贩必

须先取得卫生行政部门发放的卫生许可证，方可向工商行政管理部门申请登记，未取得卫生许可证的，不得从事食品生产经营活动。

食品生产经营者不得伪造，篡改，出借卫生许可证。

二、食品生产经营过程必须符合下列卫生要求：

（一）保持内外环境整洁，采取清除苍蝇老鼠蟑螂和其他有害昆虫及其孳生条件的

措施。

（二）食品生产经营企业应当有与产品品种，数量相适应的食品原料处理，加工，包装，贮存登厂房式场所。

（三）应当有相应的消毒，更衣、盥洗，采兴，照明，通风，防腐，防尘，防蝇，防鼠，洗涤，污水排放，存放垃圾和废弃物的设施。

（四）设备介绍和工艺流程应当合理，防止待加工食品与直接入口食品，原料与成品之间的交叉污染，食品不得接触有毒物，不洁物。

（五）餐具，饮具和盛放直接入口食品的容器，使用前必须洗涤，消毒，炊具，用具用后必须洗净保持得洁。

（六）贮存，运输和装卸食品的容器包装，工具，设备的条件必须安全，无害，保持清洁，防止食品污染。

（七）直接入口的食品应当有小包装或者使用无毒，清洁的包装材料。

（八）食品生产经营人员应当经常保持个人卫生，生产，销售食品是必须将手洗干净，穿戴洁净的工作服；销售直接入

口食品时，必须使用售货工具。

（九）用水必须符合国家规定的城乡生活饮用水卫生标准。

（十）使用的洗涤剂，消毒剂应当对人体安全，无害。

三、禁止生产经营的食品：

（一）腐败变质，油脂酸败，霉变，生虫，污秽不洁，混有异物或者其他感官形状异常，可能对人体健康有害的。

（二）含有毒、有害物质或者被有害，有毒物质污染，可能对人体有害的。

（三）含有致病性寄生虫，微生物或者生物毒素含量超过国家限定标准。

（四）未经兽医卫生检验或检验不合格的肉类及其制品。

（五）病死，毒死或者死因不明的禽、兽、水产动物等及其物品。

（六）容器包装污秽不洁，严重破损或者运输工具不洁造成污染的。

（七）掺假，掺杂，伪造，影响营养卫生的。

（八）用非食品原料加工，加入非食品用化学物质的或者将非食品当作食品的。其他不符合食品卫生标准和卫生要求的。

四、按期接受各极卫生部门的食品卫生监督检验。

菜单

快餐店地址：

联系电话

快餐店的营业时间；

快餐店提供品种

创业计划书

学号：2201520902317 姓名：马吉锋 专业：建筑经济管理

拟定名称：

辣菜馆（辣味，定位为包含年轻、时尚、爱情、火辣、快捷等元素的川菜系餐厅） 选址条件：

标准门面房，具客运中心、旅游中心、办公中心、商业中心、居住中心五个条件，同时还是乐山最大的大学社区，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。

餐饮计划书市场调研：

经过初步的投资前期市场调查，我们定位的目标消费群以周围庞大的大学生群、周围庞大的肖坝路居民群；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、火辣为元素的对手较少；肖坝路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：

以川菜主菜系，宣扬巴蜀饮食文化，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、火辣、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。

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：

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。

创业计划书餐饮行业篇三

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”。

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。

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。

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，你要推荐给谁？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。

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。

创业计划书餐饮行业篇四

辣菜馆（辣味，定位为包含年轻、时尚、爱情、火辣、快捷等元素的川菜系餐厅） 选址条件：

标准门面房，具客运中心、旅游中心、办公中心、商业中心、居住中心五个条件，同时还是乐山最大的大学社区，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周围庞大的大学生群、周围庞大的肖坝路居民群；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、火辣为元素的对手较少；肖坝路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。

以川菜主菜系，宣扬巴蜀饮食文化，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、火辣、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。

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。

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。

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。

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。

利润为3.825万元。年净利润为45.9万元。

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。

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。

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。

创业计划书餐饮行业篇五

饮

创 业 计 划 书

一、发展前景

自古以来，“民以食为天”随着时代的日益推进，生活水平的日益提高，衣、食、住、行已经是不可缺少的重要组成部分了，而餐饮则是广大消费者不可缺少的部分了，目前由于生活水平提高，消费者对饮食十分注重，注重营养、健康、放心等，同时随着餐饮行业的日益增加，越来越多的餐饮面向大众，所以想在餐饮行业做好必须选择让老百姓放心肯定、与当地老百姓生活喜好相关、具有广大消费者口碑的的美食才能不被淘汰，而我们刀削面鱼就本着此宗旨面向广大消费者。

二、店面简介

与酒店厨房性质之间，本店配备大型停车场，让顾客不会为吃饭没有车位而烦神。

三、主体介绍 一、创业目标

发展中国真正意义上的刀削面行业，利用合理有效的管理和投资，建立一定大型连锁加盟公司。

二、市场分析

社会生活节奏加快，使快餐业的存在和发展成为不容置疑的

问题。虽然中国的快餐业发展十分迅速，但刀削面对消费者来说还很陌生，如何去占领那部分市场，是我们需要解决的问题。

调查表明，由于美食的品种繁多，消费者经常会为吃什么而烦恼由此餐饮业务的发展将进入急剧扩张的时刻，所以刀削面作为一种中式快餐将随着我国经济发展而进入高速发展的阶段。

但考察现行中脏、乱、差的状况仍然很严重，现行中式餐饮的众多弱点，给我们开此餐馆提供了绝好的市场机会。只要我们能抓住这些市场机会，改善经营上的诸多缺陷，并发展我们的自己的特色，那么我们占据较大市场份额的创业计划，是极有可能成功的。

三、实施方案

1. 中型餐饮服务业的模型。

以顾客为中心，以顾客满意为目的，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。

大众能接受的美食。顾客群：上班族+儿童+休闲族+其他。

3. 市场策略。

产生工业化、产品标准化、管理科学化，如果发展前景较好、市场广大的前景下考虑下一步进行连锁化。针对人口流动性大，时间紧迫，总口难调的特点，我们将由模式统一化针对性做出富有特色为顾客提供可口、营养的美食。同时提供优质的服务。

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，初期发展就应试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，辐射整个县城经营。

发展初期，大力发展独一无二的美食，在河东街又作为老牌餐饮店，待实力有了进一步的积累，并有了稳定的顾客消费群体，再大力发展公司全面的服务策略。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、旅游区和住宅区筹地大力发展连锁加盟经营模式。

五、投资收益

2、饮品部门

主要经营刀削面及早餐，是广大消费者眼里十分喜欢的一道美食，而我们的刀削面更加让消费者吃了后难以忘怀。

3、成效

成效：刀削面鱼希望宣扬之功效，我们更希望从中获利。计划刀削面将在半年内转亏为盈。预计2年左右发出总投资本钱，并慢慢着手获利，在两年后每月除税纯利抵达两万元，并在两年后能开设另一所加盟店。开店工期条件：1个半月。本钱条件：项目总投资约为50万元人民币。

六、市场解析(项目可行性解析)：

一、地点与装修(项目质量条件)刀削面的地址条件是环境精美，或有成型的商圈。借助人家的商圈，以此来抵达本身的经营获利。吃面属于陕北人美食文化的交流活动，典型的区域重要且附近多处大型建筑物崛起，交通荣华，也可能吸收更多的外区顾客。

二、营业时间早上七点至晚上九点；星期

六、日及大众假期由上午八点至清晨二点，所以我们肯定平居在早上八点着手营业以提供早餐而星期六日及大众假期则延迟，并且节假日有一定促销活动以及有奖竞猜活动。

五、牌照及公用事务请求

1. 商业立案：本店需向税务局、工商局请求商业立案，以处置商业活动。

2. 餐饮业牌照：由于刀削面属餐饮业，我们必需向卫生局请求餐饮食品安祥牌照。

3. 工业、商业及公共机构排污牌照我们需向环保局请求商业机构排污牌照。

4. 水、电请求：我们需向水务局请求成为店铺地址的注册用户，并须填妥水务表格及缴交水费押金，向电力公司请求电力供给。

5. 电话请求：公益，我们要向相关通讯公司请求商用电话。

六、本店绝对于竞争对手的重要优势(项目评价)：

1、店内装修绝对更文雅一些。

2、可与顾客打下优越的人际关连，这样顾客天然会多。

3、可能做竞争对手没有的业务，如举办诞辰会，小游戏等。

4、比较与同行业，本店各方面绝对让顾客感到物美价廉。

5、经营限制可随时做天真改动。

(1) 资金不充足，地輿位置不好，时间方面不充足。

(2) 经营能力各方面均有缺少。

(3) 人脉方面，创业。所交往的人群消费能力不高。

(4) 管理、技术程度不够专业。

(5) 缺乏本身独立的品牌。

七、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上班族、临时务工者、小区业主和学生等，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. 本店不定时开展促销活动，并对长期消费的客人进行登记备份，并赠送贵宾卡，并享受本店一系列活动。3. 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。

4. 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。

八、餐厅管理结构

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

九、促销和市场渗透

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。

十、财务状况分析

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900元，收益率30%，由此可计算出投资回收期约为四个月。

十一、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。

十二、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。

十三、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。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。

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。

十四、本店管理制度

餐饮经营的管理方法

一、酒店管理中的常见问题

二、酒店管理三大错误

1. 酒店管理表里不一

2. 对酒店设备只注意装修采购部注意保养 3. 对服务员的要求没有方法没有标准

三、以常分类，常整理，常清洁，常维护，常规范和常教育的宗旨管理酒店

四、新进员工进行全员培训，指导如何做好服务，如何提高工作效率，如何面对形形色色的顾客，如何搞好团结，同时带领员工走向军事化管理，不迟到，不早退，不浪费，不懒散，时刻本着对酒店负责对客人负责老板负责的精神去工作。

六、每天开例会针对发现的问题进行点评一个月开一次全体会议，对酒店的不足，员工不足以及优秀地方进行点评，并

布置下周任务。

七、对厨房前厅要起到链接作用，保证上菜速度，成本控制，并且在上客时不慌不忙。

八、要想把酒店各方面提高就必须坚持以下方法

1. 眼快，手快，脚快，嘴巴勤快，反应快，动作快 2. 本着干一行爱一行的态度工作，本着顾客就是上帝的宗旨服务，在遇到特殊情况时候要学会淡定，忍耐，用合理的方式方法化解。

3. 本着以店为家，有团队意识，不计较，不偷懒，不浪费，对店内设施有着爱惜心理。

4. 物品摆放归类到位，养成良好的工作方法。

5. 服从酒店管理，对酒店经常提一些合理化建议。

九、严格遵循请消假制度，做好班次调整，请假后要消假。

十、注意细节，做到不留死角，不留残余。

十一、对菜肴方面要保质保量，定期点评，吧台设立意见箱，对于不足的加以改正，好的继续保持。

十二、酒店的好坏离不开营销，在做好服务同时可以把营销做好，像客人以及亲朋好友推荐这里，做到让客人来了一次还来下次。

十三、节假日做好宣传促销活动。

以上是酒店管理的基本方法，不足的待到实际操作中予以添加完善。

创业计划书餐饮行业篇六

辣菜馆（辣味，定位为包含年轻、时尚、爱情、火辣、快捷等元素的川菜系餐厅） 选址条件：

标准门面房，具客运中心、旅游中心、办公中心、商业中心、居住中心五个条件，同时还是乐山最大的大学社区，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周围庞大的大学生群、周围庞大的肖坝路居民群；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、火辣为元素的对手较少；肖坝路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。

以川菜主菜系，宣扬巴蜀饮食文化，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、火辣、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。

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。

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。

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。

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。

利润为3.825万元。年净利润为45.9万元。

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。

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。

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。

创业计划书餐饮行业篇七

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。装修风格为野生云南色调 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

特许经营合同

托管特许经营合同（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 152、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