

教你如何开店系列丛书

开一家



赚钱的

KAI YI JIA ZHUAN QIAN DE XIAO JIU BA

小酒吧

业勤 ◎ 编著

谨以此书献给所有希望开店赚钱的人

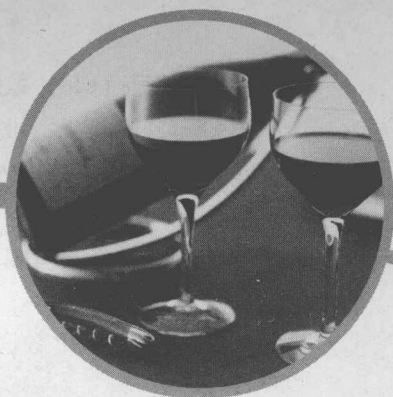
生意做遍 不如开店
投资理财开店首选



中国物资出版社

教你如何开店系列丛书

开一家



赚钱的

KAI YI JIA ZHUAN QIAN DE XIAO JIU BA

小酒吧

业勤 ◎ 编著

谨以此书献给所有希望开店赚钱的人

生意做遍 不如开店
投资理财开店首选



中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

开一家赚钱的小酒吧 / 业勤主编. —北京: 中国物资出版社, 2008. 8

ISBN 978 - 7 - 5047 - 2896 - 8

I. 开… II. 业… III. 餐厅 - 商业管理 IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 097493 号

责任编辑 王云龙

责任印制 方朋远

责任校对 孙会香

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.clph.cn>

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010) 68589540 邮政编码: 100834

全国新华书店经销

北京京都六环印刷厂印刷

开本: 710mm × 1000mm 1/16 印张: 17 字数: 287 千字

2008 年 8 月第 1 版 2008 年 8 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978 - 7 - 5047 - 2896 - 8/F · 1199

印数: 0001 - 4000 册

定价: 32.00 元

(图书出现印装质量问题, 本社负责调换)



序 言

酒吧，是放飞孤独的宫殿，是安慰心灵的巢巢，是心与心交流的空间，是人们消除疲劳、释放压力的重要场所。由于酒吧深受人们喜爱，所以酒吧业成为了利润很高的行业，开酒吧也就成为很多人创业的优先选择。

由于酒吧业的高利润，导致酒吧行业内的市场竞争十分激烈。随着消费者品位的提高，很多经营者都在按照流行趋势营造自己的特色，有的以环境取胜，有的以装饰设计风格取胜，有的以物美价廉取胜。总之，聪明的经营者会让顾客有耳目一新的感觉，但是，小酒吧和大酒店相比较有什么优势呢？小酒吧主要有以下优势：

第一，投资少、周转快、收益高，风险相对较小，有利于个人及合伙经营；

第二，不需太高的技术工艺和复杂的生产环节，利于创业者进入；

第三，信息灵通，对市场变化反应灵敏，可随时根据顾客的需求改变经营重点和经营方向；

第四，选址灵活，方便顾客就近消费；

第五，管理层次少，决策过程简单，营销决策快而准，调整迅速；

第六，可随时改变店堂布置、吧台陈列，给顾客经常带来新的感受；

第七，服务方式灵活、周到，使顾客感到随意、亲切；

第八，雇用人员少，且设备较简单，有利于降低成本，具有大酒店所没有的价格优势；

第九，多以经营具有地方风味的餐饮品种为主，符合顾客口味，具有群众基础；

第十，所经营的酒水产品多以经济实惠为主，符合我国以中、低消费为主的消费水平。

充分利用小酒吧的灵活性和方便性，就能根据休闲市场状况以及自身的条件，做出相应的变化，适当调整经营策略，改变经营方针和方向；就能针对大酒店的弱点，瞄准酒吧市场空当，并形成自己的特色；就能“以



小博大”，在竞争中获胜，使小酒吧显示出旺盛的生命力。

但既然是做生意，就要讲究经营的持续性和赢利性，简单地讲，应该做到以下几点：

第一，出色的内部管理。由于酒吧是相对特殊的服务行业，经营时间和规则有其相对的独特性。一个简单的事实是，到酒吧消费的客人一定要饮酒，在饮酒后，人们的状态和常态会有所不同。在这种情况下，服务员的待客之道和处理事情的原则要适应酒吧工作的需要。

第二，良好的外部环境。这要求酒吧经营者要有良好的社会关系和人际关系。形形色色的消费者和酒吧经营的特殊性，是要求经营者做好这一点的原因。只有这样，才能把工作变被动为主动，才能处理好一些突发事件，更有利于酒吧的经营。

第三，合理地配备经营人员。要按营业需要合理地配备服务员、调酒师、厨房工作人员等，同时，制定适合酒吧经营的工作制度。

第四，严格经营成本控制。开酒吧要保证赢利，开源节流是最有效的成本控制途径。节流就是控制成本，要让收支保持一个合适的比率。

第五，独有的特色服务。顾客来消费，就是要享受酒吧的服务，经营者要有自己的“绝招”。

第六，健全的硬软件建设。主要是指相关的娱乐设施和餐饮卫生、消防等方面的独特要求。

总之，小酒吧是经营者的作品。如果开设一家小酒吧，那就充分享受创作的快乐吧！

本书借鉴了大量的经营事例，在汲取酒吧经营理论和经验的基础上，结合实际，总结了小酒吧经营的成功经验和技巧，从酒吧的起源、开酒吧前的准备、酒吧装潢设计、酒吧人员管理、顾客服务、酒吧宣传、原料采购、库存管理、安全卫生管理九个方面，系统而全面地介绍了小酒吧的经营之道。

本书是有志于投资酒吧人士的必备指导用书，是小酒吧经营者的良师益友。相信小酒吧经营者读过此书就会有所收获，使自己的小店在激烈残酷的市场竞争中成为赚钱旺铺。

作者

2008年7月



目 录

第一章 “走近”酒吧

现代社会的酒吧，是一种可以消遣生活、娱乐自己的场所。在我国，每个城市都可以找到它的身影，闪烁的霓虹告诉我们它的存在，同时也带来了它的神秘和暧昧。酒吧业的蓬勃发展印证的不仅限于经济水平的提高，在某种程度上也体现了现代生活中人们越来越需要释放自己压抑的情感与心情。现在，“酒吧”已形成一种文化，一种可以理解与认同的如商店一样的大众生活的必要和必然。而这种认知的变化来源于生活的变化。

- 第一节 翻开历史看酒吧 / 3
- 第二节 “酒吧”在中国 / 5
- 第三节 酒吧业的诱人前景 / 8
- 第四节 多种多样的酒吧 / 11
- 第五节 开酒吧前的初步定位 / 15

第二章 前期准备要充分

“良好的开端是成功的一半。”当经营者们寻找到合适的商机，准备自己开办小酒吧时，做好开店前的各项准备工作尤为重要。资金的筹措、商圈的调查、选址的技巧、房屋的租赁、市场分析是否准确、如何注册登记等，哪一样都不能少。因此，认真了解开店准备工作的详细内容和具体办法是非常必要的。



第一节	商圈的调查	/ 21
第二节	选址的技巧	/ 25
第三节	如何投资及筹措资金	/ 33
第四节	房屋的租赁	/ 38
第五节	认真对待注册登记	/ 44

第三章 全方位设计小酒吧

“麻雀虽小，五脏俱全。”想要经营一家小酒吧，经营者们要一个步骤一个步骤地进行，从给小酒吧起名到店面的内外设计，无不包含着经营者的心血。在设计小酒吧的同时，经营者们也在不断地自我完善、自我修正。

第一节	取一个个性化的名字	/ 51
第二节	小酒吧的外观设计	/ 54
第三节	内部空间布置	/ 59
第四节	酒吧的灯光设计	/ 64
第五节	文化氛围的渲染	/ 68
第六节	酒吧老板应具备的能力	/ 76
第七节	开业典礼的设计	/ 81

第四章 做一个全面的经营管理者

做一个全面的经营管理者是每个小酒吧经营者的期望，酒吧的经营除了掌握酒吧的经营业绩评估、掌握酒吧的毛利润率、会理财、酒水资金周转等基本经营之外，还要注意经营中的细节问题，如酒吧的工作程序、酒单的设计、设备配备等。只有掌握了这些，才能成为一个全面的经营管理者。

第一节	了解酒吧工作程序	/ 85
第二节	酒吧常用设备配置	/ 92
第三节	酒水单的设计	/ 97
第四节	酒吧的基本经营	/ 105
第五节	营造独特的吧内文化	/ 111
第六节	弱势酒吧的经营	/ 114



第五章 人员管理与质量管理相结合

在酒吧管理的对象中,人是最积极、最活跃的因素,也是最重要、最复杂、最难管理的一个因素,但人才又是小酒吧的竞争力,是无价的资源。因此,人员管理对酒吧管理来说是最重要的,它涉及酒吧整体质量的高低、酒吧收益的大小。

第一节	招聘的艺术	/ 119
第二节	制定岗位职责	/ 122
第三节	酒吧人员工作检查	/ 125
第四节	建立员工考核制度	/ 127
第五节	如何培训员工	/ 134
第六节	酒吧整体质量管理	/ 140

第六章 为客户提供最优质的服务

现代酒吧赖以生存的基础就是优质服务,市场竞争就是顾客竞争,争取和维护顾客是酒吧业生存和发展的出路。顾客来小酒吧消费,花钱买的就服务。因此,优质的服务不仅是小酒吧赢利的关键所在,更是克敌制胜的法宝,每一个经营者和店内人员都必须牢记:酒吧卖的就是服务,不懂服务,就无法经营好酒吧。



第一节 酒吧的服务标准

第二节 从服务员基本素质抓起

第三节 服务礼仪

第四节 接待顾客有绝招

第五节 处理客人抱怨投诉的技巧

第六节 特殊顾客的接待

新晋员工岗前培训 / 153

新员工入职培训 / 159

新员工入职培训 / 164

新员工入职培训 / 170

新员工入职培训 / 172

新员工入职培训 / 181

第七章 不可忽视的宣传与销售

针对消费者的宣传和销售对酒吧的经营来说都是最为关键的，其竞争也是最激烈的。成功的销售方法可以增加酒吧的销售额、提高自己的竞争力并削弱竞争对手的影响，给酒吧带来巨大的回报，不恰当的销售方法也可能降低小酒吧的获利能力。如何使用正确的销售方法，发挥销售这个有效的竞争武器，是每一个小酒吧经营者都应关心的问题。

第一节 用酒吧形象宣传

第二节 推广秘诀

第三节 推销策略与渠道

第四节 巧用广告

第五节 酒吧的促销

第六节 酒水的销售技巧

新员工入职培训 / 189

新员工入职培训 / 193

新员工入职培训 / 195

新员工入职培训 / 198

新员工入职培训 / 201

新员工入职培训 / 207

第八章 合理采购与控制成本相结合

小酒吧是一个提供休闲与消费的服务性场所。酒吧的生产和销售，需要采购、验收、储存、发放等相互支持配合。其所需有酒水、饮料、用具、器皿、设备等种类，为使这些物料能适合各方面的使用，且价格合理，质量良好，必须具有有效的采购、验收、库存管理。这一环节的工作虽然主要由相关店员来完成，但管理者的有效指导和监督非常必要。做精、做细，是针对这些工作具体操作时的一致要求。

第一节	原料的采购	/ 213
第二节	原料的验收	/ 219
第三节	原料的库存与领发	/ 223
第四节	酒水的成本管理	/ 229
第五节	设备与用具成本控制	/ 233



第九章 安全卫生不容忽视

在物质生活已经很丰富的现代社会，所有的顾客都把卫生状况作为是否进店就餐的一个重要标准，其中，确保饮食制品的卫生是最基本的要求。因此，每个小酒吧经营者都不应该忽视食品卫生，否则一旦被顾客发现，无异于自砸招牌，自毁名声。

第一节	重视防火防盗	/ 243
第二节	保证餐具卫生	/ 248
第三节	注重店员卫生健康	/ 255
第四节	维护环境卫生	/ 257
第五节	突发事件的处理	/ 259

后 记	/ 261
-----	-------



第一章

“走近”酒吧

现代社会的酒吧，是一种可以消遣生活、娱乐自己的场所。在我国，每个城市都可以找到它的身影，闪烁的霓虹告诉我们它的存在，同时也带来了它的神秘和暧昧。酒吧业的蓬勃发展印证的不仅限于经济水平的提高，在某种程度上也体现了现代生活中人们越来越需要释放自己压抑的情感与心情。现在，“酒吧”已形成一种文化，一种可以理解与认同的如商店一样的大众生活的必要和必然。而这种认知的变化来源于生活的变化。



第一节 翻开历史看酒吧

酒吧，正在以一种很“文化”的方式存在着，是我们的城市对深夜不归的一种默许。它悄悄地也越来越多地成为青年人的天下，在不同的地方转换自己不同的角色，注解着不同的人和不同的事物。它用音乐、酒和各种刺激因素，掩饰着孤独的自我，进行着压力的释放，取代了传统的思想的交流和灵魂的对峙。

英文中怎样表示酒吧

酒吧发展到今天，在英文中却是用三个不同的名词表示，分别是 BAR、PUB 和 CLUB。

BAR 是最早的酒吧类型，也是传统意义上的酒吧，今天，它成了年纪较大的人喝酒聊天的场所。在西方国家这类酒吧是最安静的一种。

PUB 被人们经常挂在嘴边，会安排一些演出，也会提供舞池，但并非以跳舞为主。所以比 BAR 要热闹。

CLUB 的全称是 NIGHT CLUB，在这里不是俱乐部的意思。它有足够的空间供顾客跳舞，音乐设置也比较激烈，是最热闹的一种酒吧类型，所以是年轻人最为推崇的酒吧。在英国，这类酒吧一般开在市中心繁华地带，也是唯一一种可以开到半夜的酒吧。除非有特殊许可的日期，其他的 PUB 或者 BAR 只能开到晚上 11 点。

争议颇多的起源

根据酒吧在英文中的不同名词表示，对于酒吧的起源问题，人们的争议也颇多，主要的观点有以下两种。

观点一：酒吧，据说起源于欧洲大陆，到 16 世纪“BAR”一词才有



“卖饮料的柜台”这个意思，后又在美洲变异、拓展。到了17世纪70年代，美国中西部的人惯于骑马出行，看到路边的小店，口渴想休息一下，就把马缰绳系在门口的一根横木上，进去喝上一杯后继续赶路，这样的小店就称为“BAR”。它只是外国最大众化的小酒店而已。而“BAR”现在的意思是长条的木头或金属，像门把或栅栏之类的东西。

观点二：酒吧，英文原名“PUBLIC HOUSE”，最早起源于18世纪英格兰的小旅馆。相传在18世纪的英国，许多地方还处于荒芜状态，人们出行也仅限于马车这种传统的交通方式。当时许多地方都是人迹罕至、路途遥远，过往的人们需要一个能够短暂栖息的地方。路途的中间开始出现一种由当地人的住房演变成经营性的小旅馆，在这些住房的客厅里，好客的主人常常会拿出自家的酒水来招待那些旅途劳累的过客。随着时间的推移，来来往往的人越来越多，原有的小客厅无法容纳更多的人，于是，主人就将客厅的空间加以扩大，饮酒作乐的空间增大了，人们就将这种客厅改了一个名字，叫做“PUBLIC HOUSE”，意为“公共房子”。后来，这种喝酒的场所越来越多，经营者、品酒客就将名字简化为“PUB”。再后来，“PUB”逐渐变成了今天的酒吧，成为了一种别样的文化中心。历史上很多著名的美国人都是酒吧的主人，总统华盛顿和林肯甚至还有自己的蒸馏酒厂，还有很多知名作家也都是在酒吧里进行创作的。

酒吧的娱乐作用

不管其起源究竟如何，我们现在给酒吧的定义是：以提供酒水、服务为主，以赢利为目的，做计划经营的一种经济实体。

酒吧有着悠久的历史，在人们娱乐生活中的重要地位是毋庸置疑的。而“酒吧”这个词语，从它自身的含义看，是给人一种“在外”的感觉。在国外，到酒吧消费，是一种普遍的休闲形式，国外的酒吧早已成为大众闲暇消费的中心。由于经营者的个人爱好或经营需要，都要把酒吧布置出一种独特的氛围，其风格极具个性化，要么现代，要么怀古，它代表了一种新型的民主娱乐文化。在酒吧里，不需考虑社会地位、等级礼仪等烦琐的问题。举止得体才是基本的交往准则。而人们在酒吧里，不管对方是谁，都跨越出身、等级和地位进行交流沟通，但他们必须尊

重彼此的看法。因此,酒吧社交能培育出一种对人尊重和宽容的新思想、新态度。

酒和音乐是酒吧的灵魂之物。酒不必说,音乐是大众文化的一部分,在酒吧里也是不可缺少的。酒吧的顾客则是具有一定消费能力和闲暇情趣的顾客,在中国则以年轻人居多,酒吧是他们寻求想象、梦幻、宣泄、交往的场所。一些知识分子受西方文化的影响也喜欢到酒吧里去休闲。酒吧是比较热闹的场所,到酒吧来寻求心理放松、释放孤独和寂寞的人会更加一些。由于酒吧里面那种氛围,无法进行思想的交流和灵魂的沟通,所以,中国人去酒吧的心态仍然是去茶社喝茶的传统:闲暇和朋友聚会、放松。



第二节 “酒吧”在中国

酒吧文化是一个城市文化的具象代表,是一个城市文化的缩影。在中国的三大城市北京、上海及深圳,酒吧业的发展更是红红火火。互不相识的人因为选择了同一个目的地,距离一下子被拉近了,小小酒吧更是打破了彼此沟通的障碍。在城市之外,酒吧的经营者与消费者同样在享受着城市产物带来的愉悦。

酒吧在中国的发展

酒吧发展的步伐始终跟随着时代的脚步,与我国的经济、社会、文化的变化都有着密不可分的关系。我国从20世纪90年代以后酒吧越来越受到人们的重视。酒吧闪烁的霓虹开始成为中国城市的夜景之一。洋溢着激情的深圳酒吧、情调迷人的上海酒吧、品种多样的北京酒吧,每一个城市的酒吧都令人流连忘返。

“红公爵”酒吧是深圳最早出现的酒吧,创立初期没有表演,也没有卡拉OK,顾客们只是在里面喝酒、聊天和跳迪斯科。占地不大、装修也



较随意，却很受人欢迎；座位很拥挤，却使人更亲近；舞池很小，但 DJ 播出来的音乐却使人跳得很疯狂，吸引了不同年龄、不同阶层的人不断地尝试和参与。之后，酒吧开始受到深圳社会的关注并急速发展，各式各样的酒吧和迪斯科开始在深圳流行起来，这种新的娱乐概念开始成为深圳娱乐生活的主流。深圳的酒吧最主要的特点是大型的音乐 Party（迪斯科）及疯狂的电子音乐。那种强劲节拍的牵引和身处人群的参与感，令许多人几乎忘了自己。

上海的酒吧有三种格局，它们分别是：校园酒吧、音乐酒吧和商业酒吧。三种格局已基本稳定。这三类酒吧分别有自己的鲜明特色和特殊情调，因此也各有自己的基本常客。第一类：校园酒吧，它集中在上海东北角，与复旦大学、同济大学相毗邻，以江湾五角场为中心，如“HardRock”、“单身贵族”等。从吧名就能感受到它们的风格：前卫——设计的前卫、音乐的前卫、话题的前卫……墙面上布置着变异夸张的画，以及别出心裁的题记，这些大多出于顾客随心所欲的涂写，没有轻柔的音乐，不放流行音乐，从头到尾贯穿全场的都是摇滚音乐，每逢周末的表演，常有外国留学生夹杂其中，裸着上身忘情敲打。第二类：音乐酒吧，主要讲究气氛情调和音乐效果，配有专业级音响设备和最新潮的音乐 CD，时常还有乐队表演。柔和的灯光，柔软的墙饰，加上柔美的音乐，吸引着不少注重品位的音乐爱好者。往往有专业音乐人士在背后指点，酒吧的经营者中不乏音乐界人士，电视台、电台音乐节目的主持人。第三类：商业酒吧，无论大小，追求的是西方酒吧的温馨、随意和尽情的气氛，主要集中在大宾馆和商业街市。

各个城市中酒吧最多的一个地方是北京，总共有 500 家左右。主要分布在三里屯、后海、朝阳公园、魏公村等地。北京的酒吧大多装饰讲究，服务周到，经营方式更是形形色色、各具特色。装饰风格和音乐风格的不同，也决定了消费对象的情趣选择。北京的酒吧是国内最多种多样的：利用废弃大巴士开的“汽车酒吧”；充满原始气息的“乡村风情酒吧”；与足球相关的“足球酒吧”；能在里面看电影的“电影酒吧”；充满艺术情调的“艺术家酒吧”，还有挂满汽车牌照的“博物馆酒吧”，当然，能连上 Internet 的“网吧”更是遍地成长。北京的酒吧有大有小，生意也有好有坏，大的像“向日葵”（已停业）有六七百平方米，小的如“年华”只有二十来平方米。



酒吧在城市的分布

酒吧在中国发展不过短短几十年，但其发展速度却不可小看，由主要的大都市逐渐向其他的中型城市扩展，由沿海的开放城市向内陆城市延伸。在每个城市酒吧的分布范围也在不断扩大中。中国的酒吧是一个高消费文化娱乐场所，是一种娱乐“精英化”和“美学化”的场所。

酒吧在产生初期，受消费对象的限制大都分布在城市使馆区附近。例如北京的三里屯酒吧街，它的附近有加拿大、澳大利亚、法国、比利时、德国等在内的79个国家的使馆，与联合国开发计划署、人口基金署等7个驻华机构邻近。由于与北京最大的使馆街相邻，老外以及在大使馆工作的中国人就成了他们的主要服务对象。那时期的酒吧顾客老外占了70%还多。

随着酒吧的发展，人们观念的变化，酒吧开始在城市的繁华地带扎根生长。大多数酒吧都开设在繁华的商业街附近。例如北京的什刹海酒吧街。这类地方商业活动频繁、客流量大，生意容易做。

现在更多的地域已经为顾客接受，小酒吧的分布也越来越广泛。车站、码头等客流量较大的地方也有经营者涉足，除了为顾客提供饮品外，也为顾客提供稍作停留的休息处。

做生意扎堆，这是众所周知的经商之道。扎堆扎的是人气，是消费者的选择。很多经营者开酒吧也喜欢扎堆，例如位于北京后海的酒吧一条街，就深受酒吧经营者的喜欢，也深受消费者的厚爱。

大学生是最具浪漫情怀的一族，他们的消费品位不断上升。于是在各大高校附近出现了很多小酒吧，吸引情侣、风格独特的聊吧，以及上海大学附近的“黑匣子”、“亲密伴侣 Sweet Heart”。它们符合学生的消费标准和消费理念，得到了蓬勃的发展。

小酒吧在城市分布越来越密集，它悄悄地出现在城市的各个角落，面对着各种不同的环境，甚至出现了社区酒吧这种全新的选址模式。

酒吧针对的消费群体

酒吧在城市的分布不同，究其原因还是其对应的消费群体不同。