

小有盈利不算赚，超级盈利才是赢

资深餐馆快餐连锁店门店

超级盈利一本通



开店大赚不是梦

● 孙 滕◎编著

无论是开饭馆，还是做快餐；无论是加盟连锁，还是自开门店，赚钱的大道理都是一样的。但具体来说，其赚钱盈利的门道又不尽相同。而且，是小赚还是大赚，也有各自的技巧和手法。

中国文史出版社

图书在版编目（CIP）数据

资深餐馆快餐连锁店门店超级盈利一本通 / 孙朦编著.
—北京：中国文史出版社，2013.5
ISBN 978-7-5034-3985-8

I. ①资… II. ①孙… III. ①餐馆－连锁经营②快餐业－连锁经营 IV. ①F719.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第083673号

责任编辑：刘 夏

封面设计：昇昇设计

出版发行：中国文史出版社

网 址：www.wenshipress.com

社 址：北京市西城区太平桥大街23号 邮编：100811

电 话：010-66173572 66168268 66192736（发行部）

传 真：010-66192703

印 装：北京毅峰迅捷印刷有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：787毫米×1092毫米 1/16

印 张：21

字 数：210千字

版 次：2013年9月北京第1版

印 次：2013年9月第1次印刷

定 价：38.00元

文史版图书，版权所有，侵权必究。

文史版图书，印装错误可与发行部联系退换。

前言

生活中，很多人在为一份好工作而四处寻觅着；职场中，很多人在为工作而疲于奔命着……

当然，还有另外一些人，他们仿佛跳出了工作这个圈子。他们告别了职场的压力，他们远离了日复一日的繁重工作，他们不再机械地重复着上班、下班；再上班、再下班……他们选择了另外一条路——开店，做个自由快乐又赚钱的小老板。

有“中国犹太人”之称的温州人有一句名言：“宁愿睡地板，也要做老板”。单单是这份勇气，就让人刮目相看。他们是典型的跳出工作圈子的人。他们有做老板的决心，有从不起眼的小老板做起的斗志。让人为之敬佩不已。

其实，无论是做大老板还是做小老板，无论是做大买卖还是做小买卖，都是有机会成功的，都是能实现自己的梦想。生意场上不是有很多这样的话嘛，“三百六十行，行行出状元”，“百样生意百样做”，“只有失败的店，没有失败的行业”……

譬如开个小餐馆。我国历来有“民以食为天”的传统，餐饮业作为我国第三产业中的一个支柱产业，一直在社会发展与人民生活中发挥着重要作用。特别是最近几年，我国餐饮业呈现出高速增长的发展势头，成为“热门”行业之一。真正印证了那句话——“百业以餐饮为王”。其中的机会不言自明。



资深餐馆快餐 连锁店门店超级盈利一本通



譬如开个快餐店。快餐是社会经济、文化发展到一定阶段的产物。人们生活节奏的加快、职业妇女的增多、家庭规模的缩小以及可自由支配收入的增加是促使快餐业产生并兴旺的主要原因。快餐的特点就是大众化；快捷、简便、营养、价廉；提供就餐场所；规模化生产、经营、管理。快餐作为解决人们一日三餐最基本生活需要的一种大众化餐饮，与人们的生活和工作发生了紧密的联系。开一个合适的快餐店，赚钱的机会是很多的。

譬如加盟一个连锁店。连锁店是一组以同一品牌的零售商，通常是含有标准化的商业方法及实习的中央集团管理。它们是连锁商业的一种。通常，连锁店都有成熟的管理模式和经营方式，有稳定的盈利和收益，所以，它也是很多投资经营者的良好选择。

譬如开一个街头小门店。随着市场经济的繁荣，无论是现实的大街上还是虚拟的网络中，只要有人群的地方，就有林立的门店。对于投资者来说，门店是一种见效比较快，风险及投资成本较低的一种行业。现今开街头门店，服装店、美容美发店、便利店、汽车美容店等都是不错的选择。此外，随着电子商务的发展，网店也是值得尝试的。

总之，无论开什么店，无论做什么生意，怕的就是有心人。只要你有心去学习、去尝试、去积累，去提高，属于你的利润和财富终将会到来。

目 录

第一章 餐馆

第一节 餐馆的投资规划

正确认识餐饮市场 / 2

准备开一个怎样的餐馆 / 6

做好开餐馆的预算 / 10

以何种方式进行筹资 / 14

充分认识餐馆的经营风险 / 18

餐馆的投资计划书 / 24

第二节 餐馆的筹备工作

经营餐馆的必要手续 / 30

确定餐馆的规模 / 34

餐馆的选址 / 36

餐馆经营场所的租赁 / 41

餐馆要取个好名字 / 46

餐馆装修要到位 / 51

餐馆布局要合理 / 54

餐馆设施设备要齐全 / 58



资深餐馆快餐 连锁店门店超级盈利一本通



第三节 餐馆的日常经营

- 做好餐馆的菜单 / 64
- 原料的采购 / 68
- 厨房的综合管理 / 72
- 餐馆员工的招聘 / 78
- 餐馆员工的管理 / 82
- 做好餐馆的服务工作 / 86

第四节 餐馆的管理艺术

- 管理以市场为导向 / 92
- 消费者管理与研究 / 96
- 餐馆经营的创新管理 / 101
- 餐馆经营的品牌思路 / 105
- 餐馆经营的营销手段 / 109
- 餐馆的风险管理 / 114

第二章

快餐店

第一节 快餐店的筹办规划

- 对快餐业现状的认识 / 120
- 对快餐业发展趋势的了解 / 124
- 快餐业中的商机 / 127
- 快餐计划书 / 131
- 快餐店的选址 / 134
- 快餐店的设计装修 / 138



第二节 快餐店的管理技巧

快餐店员工的招聘 / 144

快餐店员工的管理 / 148

快餐店的厨房管理 / 152

快餐店的采购管理 / 157

快餐店的服务管理 / 161

第三节 快餐店的盈利定律

质量是快餐店的利润线 / 168

提升用餐量和消费额 / 172

迎合消费者的口味 / 176

诚信是快餐店的命脉 / 181

第四节 快餐店的市场策略

制订合理的价格 / 186

不断提升核心竞争力 / 190

开发新顾客，留住老顾客 / 194

重视快餐店的促销工作 / 198

快餐店的促销方式 / 201

快餐店经营发展策略 / 205

第三章

连锁店

第一节 连锁店的加盟工作

连锁行业的选择 / 210



资深餐馆快餐 连锁店门店超级盈利一本通



- 连锁加盟品牌的选择 / 214
- 连锁加盟店的签约 / 219
- 连锁加盟店失败的原因 / 225

第二节 连锁店的运营管理

- 连锁加盟店的盈利模式 / 232
- 连锁店的财务管理 / 235
- 连锁店的营销管理 / 239
- 连锁店常见问题及对策 / 242
- 连锁店如何规避风险 / 246

第四章 门店

第一节 门店的开设与管理

- 选择合适的门店项目 / 252
- 门店选址很重要 / 256
- 取个好店名 / 261
- 门店要有自己的特色 / 265
- 商场门店的经营管理技巧 / 268
- 门店的发展战略规划 / 272

第二节 常见门店的经营技巧

- 服装店的经营技巧 / 278
- 美容美发店的经营技巧 / 283
- 便利店的经营技巧 / 288
- 汽车美容店的经营技巧 / 291



小旅馆的经营技巧 / 295

第三节 网店的开店技巧

网上开店的主要流程 / 302

网店商品的拍摄 / 307

网店商品的信息描述 / 312

网上开店的必知细节 / 317

网店赚钱的绝招 / 321



第一节 餐馆的投资规划

民以食为天。日常生活中，每个人都少不了一日三餐。正因为此，餐饮行业蕴藏着巨大的商机。另一方面，餐饮行业经营相对简单，入行门槛低。这也造成了很多投资者对餐饮行业的持续热情。同时，餐饮行业表面的繁荣也使他们忽略了一个重要问题，缺少对餐馆投资的合理规划，盲目投入其中。这样的结果只能导致投资的失败。



正确认识餐饮市场

对于市场投资者来说，无论进入哪一个行业，都希望自己所投资的是一个充满活力、能够长期持续发展的行业，从而为自己源源不断地带来利润。

餐饮业也是这样。成功的餐饮经营者固然很多，但开餐厅亏损的人更多。这确实是当前的一个现实情况，店面换手率最高的就是餐厅，尤其是中小餐厅。为什么会这样呢？

大家都知道最近有一个纪录片在全国范围内热播，甚至在国外也引起了很大的反响，这就是《舌尖上的中国》。为什么这个节目这么受欢迎呢？正所谓“民以食为天”，人们天天都要吃，而且都想吃好、吃健康，这个庞大的市场的刚性需求一直这么存在着，这个节目正好满足了观众的这个需求。

由此可知，一个餐馆如果经营不好，抓不住食客，吸引不了消费者，就得从自己身上找原因了。尤其是投资人，一定要知道，虽然餐饮业号称“百业餐饮为王”，但不下工夫、不会经营，也是会不可避免的走向失败的。

对于一个餐馆投资者来说，要想做好餐馆投资规划，首先就要对餐饮市场有一个正确的认识。

一、餐饮业的现状

在我国，餐饮业作为第三产业中一个传统服务性行业，经历了改革开放起步、数量型扩张、规模连锁发展和品牌提升战略4个阶段，取得突飞猛进的发展。

根据2005/2006年度的统计，当时我国餐饮百强企业资产总额就有近320亿元、利润总额近60亿元、从业人员近80万人，分别较上一年同期增长40.38%、28.84%和33.33%，高于全社会餐饮业的平均增长水平。与此同时，超大规模企业开始涌现，有11家企业的营业额超过10亿元，有34家企业的营业额超过5亿元，其中前十强的营业额达到336.76亿元，同比增长18.4%，占百强营业额总量的近五成，达到49.34%，百强企业的整体规模稳步提升，表明行业集中度进一步加强。

截至2006年，我国餐饮业已连续15年保持两位数的增长，2006年全国餐饮业零售额将实现1万亿元的跨越，人均餐饮消费支出将增长17.6%，达到800元。居民的个人餐饮消费已成为拉动餐饮业的主要力量，居民个人消费占全国餐饮业零售额的比重在60%左右，公务和商务消费所占的比重则降至40%，快速发展的餐饮业已经成为中国拉动内需、扩大消费的重要力量。

此外，2006年我国住宿餐饮业外资金额同比增长36.4%投资规模升级。预计随着国外资本、管理和品牌的大举进入，餐饮业市场的饱和度将越来越高，餐饮的多元化、细分化和个性化的趋势增强，餐饮企业在品牌特色化、运营产业化、业态多样化、连锁规模化和店面小型化等方面的特点将更加明显。

中国餐饮投资市场经过10年高速发展，已经从简单招商上升到商机营销，未来5年中国餐饮投资将在以下方面获得重大突破。随着我国人均GDP突破1000美元，并以年均增长7%~8%的速度向人均GDP3000美元的全面小康社会的目标迈进，经济体制和增长方式不断改善，工业



资深餐馆快餐 连锁店门店超级盈利一本通



化、城市化和现代化进程日趋加快，社会经济稳定发展和人民生活水平继续提高，餐饮业的发展环境和条件更趋成熟，市场需求进一步增强，我国餐饮业发展前景更加广阔。

二、餐饮业的前景

我国历来有“民以食为天”的传统，餐饮业作为我国第三产业中的一个支柱产业，一直在社会发展与人民生活中发挥着重要作用。特别是最近几年，我国餐饮业呈现出高速增长的发展势头，成为“热门”行业之一。餐饮业呈现出迅速发展、繁荣兴旺的景象，确实使不少想瞄准嘴巴做生意的人产生了跃跃欲试的念头。

因为看到行业前景和利益驱动的原因，进入这一领域的经营者必然会大大增加，不可避免地要带来激烈而残酷的竞争。与其他行业相比，餐饮业由于餐饮方式的多样化，相对来说，在变换品种和经营形式时不需要投入很多的资金和花费大量的时间。因此，在竞争中比较容易找到出路，也不至于陷入低价竞争的泥潭拔不出腿来。

餐饮业有“百业以餐饮为王”之说，且一向被视为一枝独秀，也是最具吸引力的行业之一。它利润高，资金回流快，每天经营所收的都是现金。而货源方面，可以用赊账方式购入原材料，定期结账，胜于其他行业。如开一间特色小吃店，投资不多，店面不大，员工也不需要很多。它既能满足顾客的口味，价钱又便宜，往往很受欢迎。

然而，在想开餐厅致富的经营者中，也许有不少人在自己开餐厅之前都未必对将要跻身的这个行业有充分的了解。我们不妨看一看来自世界各地的有关餐饮业的状况。据了解，中高收入国家平均每 268 人就拥有一家餐馆，而在我国约 2000 人才拥有一家餐馆。这一数字表明，中国的餐饮市场远远没有饱和，潜力很大，巨大的商机在等着准经营者们去施展自己的聪明才智，沉睡的金山等待着他们去挖掘。



三、餐饮业的现状

商界有句很流行的名言，叫做“不满意就是商机。”用到餐饮业中，意思就是你分别到 10 家餐厅去用餐，如果只有 1 家令你不满意，你就不要再做餐厅这一行了，因为这个行业已经发展得很成熟，没有你的机会了；如果有 3 家令你不满意，你成功的机会就几乎能达到 50%；如果有 8 家令你不满意，这就是你进入这一行的最佳时机。假如你是一个经营高手，你差不多可以 100% 地获得成功。就我国目前餐饮业的经营状况而言，令人不满意的程度是不言而喻的，远没有达到一个成熟行业的水平，因此，餐饮业仍有无限的商机。

通过多样化的促销活动引导消费，积极开拓新的领域，经营特色更加突出，品牌意识明显增强，我国餐饮业呈现出持续、稳定发展的势头。目前，餐饮业已经基本形成了高、中、低多档次兼有；中餐、西餐并驾齐驱，传统风味和现代潮流相互媲美；软件、硬件共同发展的局面。

超级盈利一本通

俗话说得好，外行看热闹，内行看门道。餐饮行业涉猎面之广，要求之细致远非其他行业可比拟，无怪乎涉足过这个行业的人都有一个共识，水深！餐饮市场相对来说是最分散的一个市场，国内没有一个大的餐饮集团可以占据 1% 的市场份额。可以说餐饮行业是完全竞争的行业，行业集中度相当低，未来发展的趋势是行业集中度大幅提高，规模企业的整合。





准备开一个怎样的餐馆

选择任何一种类型的餐馆作经营方式，是每一位投资开餐馆人士在投资研究阶段首先要决定的一步。现时，活跃在饮食业的餐饮类型有不少，而确定某一类型的餐馆方式，则由投资者的资金、专业技术、社会背景等各方面去综合考虑和取舍。

一般而言，餐馆的类型有以下几种：

一、便利型大众餐馆

比如在北京，属于这种类型的有东来顺、仿膳饭庄、丰泽园、和合谷、鸿宾楼、全聚德等，这些都是大众消费，讲的是实惠。所以，如果企业做的是大众消费，就要考虑既然是做便利型的，价位不高，菜量比较实惠，还要从服务的角度去关注，服务一定要便捷，当然很热情。这一类的企业大多面对的大众群体是居民，通常是开在居民区附近的，主要是供周围居民来就餐，这时候的服务就没必要像高档餐饮那样彬彬有礼，但是保有距离。服务是因人而异的，顾客群不一样，服务方式和形式也要有变化。

五星级服务是最好的，放到一个小餐馆去做，有时候是劳民伤财不得利的。所以，管理者就要考虑到，这种类型的餐饮服务要突出热情，而且灵活和快也很重要。因为做这种大众型的餐饮，其价位不高，要靠

翻台来获取利润。也就是这一餐，一个餐位至少翻两个人、三个人，叫翻两台、三台，获取的利润率就高了。因为面积是固定的，利率是固定的，只有靠量取胜，所以服务工作一定要快捷，这是重点。

二、高档型餐馆

二级、三级城市，这种餐馆非常多，尤其在三级城市里，不想做饭了就出来吃餐馆的，和一级城市比起来，相对还是少一些。经常在餐馆吃饭的人，要么就是从政的，要么就是从商的，所以，在二三级城市，这种高档餐馆反而占的比例非常之高。

在高档餐饮里面，尤其要迁就顾客的心理。到高档餐馆中吃什么去了？服务是一方面。还有其它的。街上并列两个餐馆，一个是实惠型的大众餐饮，一个是高档品位的餐馆，选择后者的，其实追求的是面子和地位，因为只有到这儿才能体会出“我请客人的身份和地位”，才能向你的客人展示出你的诚意，让你的客人感觉得到你在他心目中的重要程度。这种高档餐饮要的就是面子、身份。所以，高档餐饮里面的装饰，豪华程度甚至超乎你的想像，要的就是这种面子，包括服务也是围绕着顾客的心理来的。靠环境来烘托他的身份、地位，让他怎么舒服怎么来，这就达到你请客的目的了。

在讲服务的时候，经常说“看人下菜碟”，其实做餐饮就得“看人下菜碟”。做服务的时候，要求员工服务态度要一视同仁，吃一碗面条和吃一个“万元大餐”，服务态度是一样的亲切热情，但是服务规格要有差别。平时吃个百十来块钱的，一个服务员就搞定了，客人可能就冲着服务员就来吃饭了。但是，平均一星期到这里吃两次，每次平均消费 5000 元以上的，一个服务员就搞不定了。

一个餐饮企业要维持健康的发展，通常是 20% 的顾客保证了整个企业 80% 的效率。这部分老顾客非常重要，顾客给企业创造了那么高的效率，还是一个服务员的话，对顾客来说也不合适，那样就要靠服务规格

资深餐馆快餐 连锁店门店超级盈利一本通



了。高档客人、忠诚顾客来了，就是顾客单里属于VIP的、消费频率又高、单次消费金额又高的顾客，是求之不得的金牌顾客，只要这种顾客来，提前通知，经理到位，主管到位，领班到位，服务员不用说了。

正常情况下，一桌一个服务员就够了，但是这桌可能给派两三个，甚至四个服务员，视具体情况和请的客人的需求。主要是为了给客户面子，从服务规格上给客人以心理上的满足。

三、气氛型餐馆

气氛型餐饮市场是夹在高档和低档之间的档次。两年之前大家感觉得到这是一个比较尴尬的角色，现在好很多。尤其现在的三类市场里面，大家感觉到要么你做高档，要么你就做低档，千万别做中间那个不高不低的。吃高档的，不到你这儿来，看不上你；吃低档的，不敢进你那儿去，觉得你那高。但是这两年有些变化，因为中档餐饮讲究气氛，现在经常听到一些概念，叫主题餐厅、气氛餐厅。所谓主题、出品、个性，包括色调，这些都是它的组成元素。

出品、服务、环境三种产品构成一个餐饮企业，餐馆再有个性，顾客主要目的是吃东西，想让客人吃过一次再回头，得有吃的住的东西。得有能吃、值得吃，让人吃完还会去想的东西，才会有持久的生命力。主题、个性，只是一个吸引顾客走进来的由头，但是能不能留得住顾客，产品很重要。

在传统的餐饮里面，这三个因素可以是不搭界的，比如装修得非常古典、豪华，结果卖西餐，服务员穿的是骑士一样的服装；装修非常中国味的餐饮企业，房间里挂的是西洋油画。这样的餐馆很多，尤其前两年，这三个元素之间是不搭界的，设计师只考虑设计问题，厨师只考虑菜品问题，服务员只考虑自己的服务问题，所以它们是不搭界的。

除此，还有风味餐馆、咖啡馆、酒吧等。在这几种类型的餐饮店中，较为受到投资者关注的应数风味餐馆，因为它的消费层面广泛，有稳定

