

“十一五”国家重点图书出版工程

如何创办 面条店



编著 茅建民 张 宇

凤凰出版传媒集团
江苏科学技术出版社



“金阳光”新农村丛书

金阳光

“金阳光”新农村丛书

顾问：卢良恕

翟虎渠



目 录

如何创办面条店

编著 茅建民 张 宇

一、面条店开业的准备	11
（一）个性与特征	11
（二）服务的特色	11
（三）服务的特色	11
（四）服务的特色	11
（五）服务的特色	11
（六）服务的特色	11
（七）服务的特色	11
（八）服务的特色	11
（九）服务的特色	11
（十）服务的特色	11
（十一）服务的特色	11
（十二）服务的特色	11
（十三）服务的特色	11
（十四）服务的特色	11
（十五）服务的特色	11
（十六）服务的特色	11
（十七）服务的特色	11
（十八）服务的特色	11
（十九）服务的特色	11
（二十）服务的特色	11
（二十一）服务的特色	11
（二十二）服务的特色	11
（二十三）服务的特色	11
（二十四）服务的特色	11
（二十五）服务的特色	11
（二十六）服务的特色	11
（二十七）服务的特色	11
（二十八）服务的特色	11
（二十九）服务的特色	11
（三十）服务的特色	11
（三十一）服务的特色	11
（三十二）服务的特色	11
（三十三）服务的特色	11
（三十四）服务的特色	11
（三十五）服务的特色	11
（三十六）服务的特色	11
（三十七）服务的特色	11
（三十八）服务的特色	11
（三十九）服务的特色	11
（四十）服务的特色	11
（四十一）服务的特色	11
（四十二）服务的特色	11
（四十三）服务的特色	11
（四十四）服务的特色	11
（四十五）服务的特色	11
（四十六）服务的特色	11
（四十七）服务的特色	11
（四十八）服务的特色	11
（四十九）服务的特色	11
（五十）服务的特色	11
（五十一）服务的特色	11
（五十二）服务的特色	11
（五十三）服务的特色	11
（五十四）服务的特色	11
（五十五）服务的特色	11
（五十六）服务的特色	11
（五十七）服务的特色	11
（五十八）服务的特色	11
（五十九）服务的特色	11
（六十）服务的特色	11
（六十一）服务的特色	11
（六十二）服务的特色	11
（六十三）服务的特色	11
（六十四）服务的特色	11
（六十五）服务的特色	11
（六十六）服务的特色	11
（六十七）服务的特色	11
（六十八）服务的特色	11
（六十九）服务的特色	11
（七十）服务的特色	11
（七十一）服务的特色	11
（七十二）服务的特色	11
（七十三）服务的特色	11
（七十四）服务的特色	11
（七十五）服务的特色	11
（七十六）服务的特色	11
（七十七）服务的特色	11
（七十八）服务的特色	11
（七十九）服务的特色	11
（八十）服务的特色	11
（八十一）服务的特色	11
（八十二）服务的特色	11
（八十三）服务的特色	11
（八十四）服务的特色	11
（八十五）服务的特色	11
（八十六）服务的特色	11
（八十七）服务的特色	11
（八十八）服务的特色	11
（八十九）服务的特色	11
（九十）服务的特色	11
（九十一）服务的特色	11
（九十二）服务的特色	11
（九十三）服务的特色	11
（九十四）服务的特色	11
（九十五）服务的特色	11
（九十六）服务的特色	11
（九十七）服务的特色	11
（九十八）服务的特色	11
（九十九）服务的特色	11
（一百）服务的特色	11

凤凰出版传媒集团

江苏科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

如何创办面条店/茅建民等编著. —南京:江苏科学技术出版社, 2007. 11

(“金阳光”新农村丛书)

ISBN 978—7—5345—5673—9

I. 如... II. 茅... III. ①面条—餐厅—商业经营
②面条—食谱 IV. F719.3 TS972.132

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 150807 号

“金阳光”新农村丛书

如何创办面条店

编 著 茅建民 张 宇
责任编辑 钱路生
责任校对 郝慧华
责任印制 曹叶平

出版发行 江苏科学技术出版社(南京市湖南路 47 号, 邮编: 210009)
网 址 <http://www.pspress.cn>
集团地址 凤凰出版传媒集团(南京市中央路 165 号, 邮编: 210009)
集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>
经 销 江苏省新华发行集团有限公司
照 排 南京奥能制版有限公司
印 刷 江苏苏中印刷有限公司

开 本 787 mm×1 092 mm 1/32
印 张 3.625
字 数 77 000
版 次 2007 年 11 月第 1 版
印 次 2007 年 11 月第 1 次印刷

标准书号 ISBN 978—7—5345—5673—9
定 价 4.80 元

图书如有印装质量问题, 可随时向我社出版科调换。



江苏“金阳光”新农村出版工程指导委员会

主 任：张连珍 孙志军 张桃林 黄莉新
委 员：姚晓东 胥爱贵 唐 建 周世康 吴洪彪
徐毅英 谭 跃 陈海燕 江建平 张耀钢
蒋跃建 陈励阳 李世恺 张佩清

江苏“金阳光”新农村出版工程工作委员会

主 任：徐毅英 谭 跃 陈海燕
副主任：周 斌 吴小平 黎 雪
成 员：黄海宁 杜 辛 周兴安 左玉梅

江苏“金阳光”新农村出版工程编辑出版委员会

主 任：黄海宁 杜 辛 周兴安 金国华
副主任：左玉梅 王达政
委 员：孙广能 王剑钊 傅永红 郝慧华
张瑞云 赵强翔 张小平 应力平

建设新农村 培养新农民

党中央提出建设社会主义新农村,是惠及亿万农民的大事、实事、好事。建设新农村,关键是培养新农民。农村要小康,科技做大梁;农民要致富,知识来开路。多年来,江苏省出版行业服务“三农”,出版了许多农民欢迎的好书,江苏科学技术出版社还被评为“全国服务‘三农’出版发行先进单位”。在“十一五”开局之年,省新闻出版局、凤凰出版传媒集团积极组织,江苏科学技术出版社隆重推出《“金阳光”新农村丛书》(以下简称《丛书》),旨在“让党的农村政策及先进农业科学技术和经营理念的‘金阳光’普照农村大地,惠及农民朋友”。

《丛书》围绕农民朋友十分关心的具体话题,分“新农民技术能手”、“新农业产业拓展”和“新农村和谐社会”三个系列,分批出版。“新农民技术能手”系列除了传授实用的农业技术,还介绍了如何闯市场、如何经营;“新农业产业拓展”系列介绍了现代农业的新趋势、新模式;“新农村和谐社会”系列包括农村政策宣讲、常见病防治、乡村文化室建立,还对农民进城务工的一些知识作了介绍。全书新颖实用,简明易懂。

近年来,江苏在建设全面小康社会的伟大实践中成绩可喜。我们要树立和落实科学发展观、推进“两个率先”、构建和谐社会,按照党中央对社会主义新农村的要求,探索农村文化建设新途径,引导群众不断提升文明素质。希望做好该《丛书》的出版发行工作,让农民朋友买得起、看得懂、用得上,用书上的知识指导实践,用勤劳的双手发家致富,早日把家乡建成生产发展、生活宽裕、乡风文明、管理民主的社会主义新农村。

孙志军

(中共江苏省委常委、宣传部长)

目 录

一、面条与面条店	1
(一) 面条的历史追踪	1
(二) 面条店的产生与发展	2
(三) 面条店的市场分析	4
(四) 面条店的经营	6
二、面条店开业的准备	11
(一) 面条店的选址	11
(二) 申办开店的手续	16
(三) 店堂内外的布置	20
(四) 具体布置	23
三、面条店的经营技巧	31
(一) 个性与特征	31
(二) 卫生	34
(三) 营养	38
(四) 成本核算	40
四、面条店的服务	42
(一) 服务的总体要求	43
(二) 服务的技能	45
(三) 服务的标准	50
(四) 服务的效果	52



五、面条店的促销	56
(一) 宣传与广告	56
(二) 质量与声誉	57
(三) 品种与特色	61
(四) 面条店的扩大	63
六、面条制作技术	65
(一) 主料配料介绍	65
(二) 面条的加工	66
(三) 面条的熟制	68
(四) 面条的种类	69
七、面条制作实例	76

一、面条与面条店

(一) 面条的历史追踪

面条俗称“面”、“水面”、“面条子”等,古代也称为“汤饼”、“素饼”、“煮饼”、“水引饼”、“不托”等。而时间总是前进的,“面条”这一称呼也随着时间的前进慢慢形成了。

据考证,我国面条起源于汉代,至今已有 2 000 多年的历史。当时所有的面食都被称之为“饼”,在汤中煮的被称为“汤饼”。早期的汤饼呈现片状,以后逐渐由片状演变成条状。

在进入南北朝时期,面条已经基本形成。如:北魏贾思勰的《齐民要术》中所载的“水引饼”已经与现代的面条相近。

南北朝至唐朝,面条的品种比以前丰富多了,出现了所谓“冷淘”的过水凉面,以及多种用于食疗的“索饼”,而且在当时又兴起一股吃寿面的习俗。

宋代面条的品种发展更为迅速,在南宋的孟元老《东京梦华录》、吴自牧《梦粱录》和周密《武林旧事》等资料中均有面条的记载。

元代出现了可以长期保存的“挂面”。据《饮膳正要》记载,当时见于书中的挂面面条有:“春盘面”、“山药面”及“羊皮面”等 20 余种。

而在明、清时人们吃面条日趋普遍,都习以为常了,其吃法和口味更有地方特色。明代又出现了技艺高超的“抻面”,明朝刘伯温在《多能鄙事》中介绍了以“萝卜面”为首的 28 种



面条。蒋一葵在《长安客记》中记有“水而食者皆谓之汤饼，今蝴蝶面、水滑面、素面、经带面、托掌面、米心其子、萝卜面、切面、拨鱼、冷淘、温淘、秃秃麻食之类是也”。

清代戏剧家李渔在《闲情偶寄》中记述了最有意义的“五香面”和“八珍面”的出现，而且在乾隆年间又出现了别开生面的“伊府面”。

袁枚的《随园食单》介绍了“裙带面”的制作方法。清朝初期，北京城内“清平居”的冷淘面（凉拌面）、“陶朱馆”汤羊面（热汤羊肉面）等等，都是脍炙人口的名面。

经过几千年的历史长河，中国的面条制作技艺不断发展，逐渐形成了擀、抻、揪、拉、切、削、压、捻、搓、剔等多种做法，煮、蒸、炒、炸、烩、卤、凉拌等众多烹调方法以及春季浇卤面、夏季凉拌面、秋季肉炒面和冬季热汤面的四季吃法，逐渐形成了北京的炸酱面、苏州的各式汤面、上海的阳春面、四川的担担面、山西的刀削面、河南的鱼焙面、广东的虾蓉面、湖北的热干面、甘肃兰州的各式拉面、安徽的酥鸭面、贵州的太师面、云南的过桥米线、福建的八宝面、新疆的手抓羊肉面、吉林的朝鲜冷面、台湾的椒油凉面等具有独特的地方风味和浓郁的地方面食文化的著名面条制品。

面条的发源地在中国，如同历史上的四大发明（造纸、火药、指南针、印刷术）以及豆腐一样，对世界人类社会的进步及发展做出了巨大贡献。

（二）面条店的产生与发展

任何事物的产生与发展既是偶然的又是必然的，面条店的产生与发展也不例外，其发展基于以下几个方面的要素：

一是人群。饮食始终是与人结合在一起的，而人的存在

方式是不一样的。由于社会的进步与发展,自然条件与社会条件实际上已经把人以特定的方式组合成相对独立的不同群体。不同的群体之间,其生活习惯、饮食方式、饮食内容通常存在着一定的差异。

二是地域。人类生活在地球的不同区域,他们的活动总是以一定的地理位置为中心,而向其他方向辐射的。但地球的地理、地貌是极其复杂的,它对气候、物产以及外界的交通有着重大的影响。一定地域之内的人,其饮食的总体倾向基本上是一致的。

三是物产。饮食是以一定的食物原料为基础的,不同的地域条件、气候条件、生活习俗对食物原料的品种有着一定的影响。而原料品种对烹调方法、菜点(包括面条和面条的浇头)种类具有直接影响。在宋元时期,面点店的浇头制作就多样化了,面条的浇头荤素并用,多达数十种。

四是习俗。人们的饮食习惯有着强烈的传统性。特定地域、特定人群的饮食习惯通过种种方式代代相传,生生不息,延绵不绝。

五是气候。地球的气候千差万别,不同的气候条件首先对一定地域内的物产产生影响,同时对一定地域内生活的的人的饮食习惯也产生着重要的影响,人要生存就要与其所在的环境相适应、相协调。

六是交通。交通把各种各样的人相互联系起来,交通使人看到了外面的世界有多大,自己的空间有多大,不能只是一只“井底之蛙”了,交通对不同面条技术体系之间的相互交流有着重要作用。



(三) 面条店的市场分析

1. 市场预测

市场预测简单地说就是对市场商品供需未来发展的预计。商品生产者和消费者之间隔着一个流通过程,存在着时间上和空间上的矛盾,而市场预测能部分解决这些矛盾。

现在,越来越多的企业开始逐步重视市场未来预测,对于一家面条店来说也不例外。衡量一个企业(一家面条店)的市场预测是否成功,关键是看其所作的市场预测与竞争对手相比较是否更接近于现实和未来的市场状况。而市场预测的方法也比较多,一般较常用的方法是“基于细分市场的量化式分析”,其内容涉及如下:

一是在市场细分的基础上选定企业的目标市场之后,针对每一个“子市场”进行量化分析,将各种信息和原始资料用数字表达出来。而对于难以量化的,也尽量利用统计的办法加以量化。

二是对于企业来讲,在作决策时,更应关注“市场规模”和“市场份额”,而不是“市场潜力”,为此,在作市场预测时应应对前两个指标多加分析。

三是市场调查要先确定调查的目的、内容以及调查表的结构和格式,然后再收集分析数据,对于企业内部数据和历史数据要加以充分利用。

四是市场预测也要将各种变数及其动态范围、变化区间考虑进去,考虑必要的应急措施。

五是市场的预测与分析,它涉及“假设”、“证实”、“修正”三个过程,实际上,市场预测也是一个互动的概念,需要根据市场变化,每年(每月)进行。

2. 市场需求

如今,在中国的城乡面点店的消费需求还是比较充足的。一方面,对于“面条”而言,一般都有稳定的顾客群,人们大都耳熟能详。另一方面,中国的经济正处于迅速发展时期,人们的生活水平逐年提高,生活方式也逐渐变化,生活节奏不断加快,一部分人没有时间在家准备可口的饭菜,自然会选择在外就餐,而面条本身就是物美价廉、深受广大群众喜爱的食物(可以作早餐、午餐或是晚餐甚至是夜宵)。

在这里最重要的是有稳定的消费群资源。以苏州为例,朱鸿兴面店和陆长兴面店,早餐、午餐上座率约为60%,而且人群比较稳定。这部分消费者对于新落成的品牌店来说是天然的客户资源。面对号召力更强、产品与服务更好的品牌店,他们怎么会流失掉呢?

3. 前景展望

您想开办面条店吗?您想经营大众食品面条吗?抓住机遇莫迟疑,现在正值良机。餐饮业近年来成长迅速,前途一片光明,已将发展成最理想的第三产业。餐饮业中经营面条前景广阔,主要原因有七:

一是第三产业的改革开放给经营提供很好的机遇。面条历史悠久,风味多样,是中国人的传统食品,深受广大消费者青睐。

二是城市住房条件改善、夫妇双职工家庭增加。中国城市已婚妇女95%拥有正式工作,不少新婚夫妇与父母双亲分开居住。除正规场合外,外出就餐图的是方便,面条常为他们的首选。

三是从农村进入城市的打工队伍增多。面条方便、快捷、经济,解决了一部分人的就餐需要。



四是消费者生活内容的变化。一般消费者视外出就餐是一种休闲、享受,而一般家庭也喜欢在外就餐,免去下厨房煮食的麻烦。

五是旅游业的发展,导致流动人口增加,吃面条能节省不少时间,满足了一部分游客的需要。

六是有些面条辅料价格较贵,加工方法也较为复杂,自己做反而不经济。

七是餐饮业者的努力。面条店的出现,开发出特色面条,满足顾客的潜在需要,也是餐饮业发展的重要原因。

当今的时代,对于面条店经营来说,是一个很好的机遇。所以,你想开办面条店的话,就得说干就干,越快越好。

(四) 面条店的经营

1. 老板的素质

业主开面条店必须具备一定的心理素质。强烈的事业心、对事业入迷是业主经营取得成功所必须具备的品质。入迷是成功的前提,成功则是入迷的结果。这种热爱、入迷的动力来源于他们对面条店的强烈事业心。

事业心,就是立志欲使某项事业取得成就的雄心。虽然面条店的成功与其带来的物质报酬是成正比的,但具有强烈事业心的人,总是把事业成功看得比获取物质报酬更为重要,事业成功给他们带来的振奋和喜悦胜于获得的物质报酬和享受。

在一般人的眼里,开面条店仅仅是一种职业。但在成功者心目中,它是一项具有一定目标和规模,并对社会发展有重要影响的事业。他们通过恪守职业道德、塑造面条店的美好形象、探索面条店的经营规律、展示面条店的营销艺术、创造

面条店的优异业绩来推动这项事业的不断发展,进而实现自身的价值。

经营面条店是一种造福于社会、企业以及他人的一项十分有意义的事业,而你正在推动着这一事业的发展。

研究表明,像面条店这样的简单饮食店,老板也必须具有较高的素质品质,其秘诀是:

(1) 大量阅读 每天大约 $1/3$ 的时间阅读报刊,许多餐饮业主在创业前或创业中会经常阅读一些饮食文化与食谱的资料来开拓视野,并思考是否可以应用于自己创业的实践之中去。

(2) 亲自观察 对别人的企业和自己的企业进行方方面面的观察,了解可靠的情况。经常有这样的情况,老板亲自坐在餐厅品茶,一边观察服务质量,一边静听客人用餐时的议论,这是明智的。

(3) 不耻多问 老板不是全才,如能以平和的心态去向专家、同行乃至员工请教,同员工共同商讨问题,就可能避免许多决策上的失误,同时也能提高自己。餐饮业圈内有这样一类人,他们有管理经验,但没有资本投资。由于种种原因,他们的流动性较强,但他们看到一个企业总能吸收该企业的精华,同时深切地看到该企业存在的不足。老板是否能从这些人身上学到一些东西呢?

(4) 密切关注市场动态 除了亲自观察外,老板应经常收集餐饮业有关动态的资料,进行民意测验等。

(5) 良好的公关才能 优秀的老板本身就是一个公关大师,能以高超的技艺与外界沟通并保持联系,消除外部的压力。他们与行业主管部门、工商管理部门、卫生防疫部门及协会组织均具有良好的关系并积极配合他们的工作。他们与各

新闻媒体均有密切的联系,可为企业宣传提供方便。

(6) 抓住时机、善于突破 餐饮业除了“秋风起,涮锅热”的季节性决策之外,还有许多稍纵即逝的机遇。例如,尚未引人注意的黄金地段的选择机会、理想物业的承租机会、该地区举办特殊活动时的参与机会与优秀的厨师或管理人员的合作机会等,一旦失去,此生难求。

2. 面条经营目标的制定

现代商业的竞争,迫使面条店必须制定切合实际的经营目标。

现代餐饮业的“商战”十分激烈,目前遍地开花的餐饮业的生存环境极具挑战性。近几年,各地家常菜馆、小吃店、早餐店、火锅店、粥铺、土菜馆、风味店、面条店的数量急剧增加,其定位很多雷同,格局相似,特色不显著。实际上,面条店完全可以按多元化的势头寻求发展,这就需要首先确立一个明确的经营目标。

面条店经营的目标,必须着眼于消费者的需求,依据消费什么就经营什么的管理导向来制定面条店的营销规划,做到“以需定销”或“以销定产”。如果面条店淡化以顾客为中心的意识,忽视市场调查和顾客需求,则势必在竞争中被淘汰。

面条店的经营目标,可分为前期目标和后期目标两类。前者包括经营品种目标、特色目标、规模目标,面条店的选址设计与布局目标等;后者包括销售目标、服务目标、赢利目标和社会责任目标等。

在制定目标前,必须做好一些准备工作。例如,不仅要在认真分析内部条件与外部环境的基础上制定面条店经营目标,同时也应对自身拥有的资源进行研究,并制定出多种经营目标方案,真正做到防患于未然。



确定目标时不要忘记预测。预测是对未来不确定的事件进行推测,以便将事件的不确定性化为最小,并在一定的范围内给予比较肯定的结论。例如,某面条店在推出今后一段时期内经营的品种时,首先要预测面条品种的流行吃法、特色以及需求量,同时还必须考虑进货的渠道、货源的供应、加工生产的能力、销售服务的方法等。

不论是面条店筹备还是之后的经营过程中,在制定目标时,都应分析市场,对消费群体的饮食习惯、关注程度和对面条的兴趣及消费热点等进行调查研究,找出有用的东西,以确保面条店经营的成功。

3. 面条店的市场定位

面条店的市场定位,是指面条店根据自身的条件和周围市场环境的特征确定今后在市场中的竞争地位。如面条店的市场定位正确,则能使自己在消费者心目中产生特色感,树立一种独特的形象,从而在市场竞争中取得主动权,赢得优势。面条店的市场定位包括规模定位、功能定位、特色定位、经营管理模式定位等等。

面条店的规模应“量体定身”,要符合实际需要,店铺面积要适当,经营的品种不宜太多、太杂,不要过份追求面面俱到,要在特色上多下功夫。有特色的面条店,规模定位应体现在“小”字上,其作用是:转轨快、风险小、管理易、成本低、见效快。

面条店的功能定位可以是综合性面条店,也可以是专业面条品种店。综合性面条店经营各类面条品种,甚至还有副食的菜肴,包括凉菜、热炒、大菜、汤菜、饭菜、点心、水果等,要确定其风味。专业面条店只经营面条,甚至是面条的某一个品种。

不管哪一类功能的面条店,其经营的关键都要形成自己的特色,这就是面条店的特色定位。它是面条店的生命和得以发展的活力所在,也是市场竞争制胜的法宝。面条店的特色主要体现在经营的品种上能形成独特的个性,或是原料、或是制法、或是口味能与众不同,做到人无我有,人有我优,人优我精,只有到我这儿才能享受得到。特色还体现在面条店独特的位置、独特的装饰和环境、独特的布置、独特的餐具、独特的服务和销售、独特的文化氛围、独特的价格、独特的经营管理模式等。