

2015

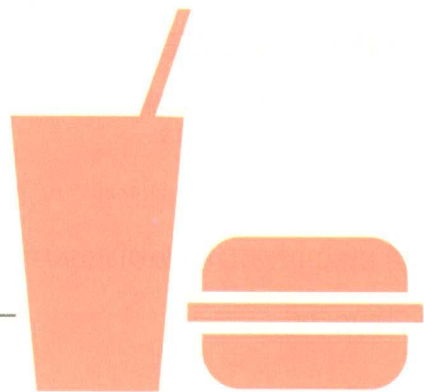


怎样开
CHOPHOUSE

小餐厅

孙莉/执笔

 中央廣播電視大學出版社



怎样开

小餐厅

孙莉/执笔

图书在版编目 (CIP) 数据

怎样开小餐馆 / 孙莉执笔.

—北京: 中央广播电视大学出版社, 2009. 4

ISBN 978-7-304-04362-9

I. 怎… II. 孙… III. 餐厅—商业经营 IV. F719.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第056737号

版权所有, 翻版必究。

出版·发行 中央广播电视大学出版社

电 话 选题策划中心: 010-68183482

发行部 010-58840200

总编室 010-68182524

网 址 <http://www.crtvup.com.cn>

地 址 北京市海淀区西四环中路45号

经 销 新华书店北京发行所

邮 编 100039

策划编辑 力 超

责任编辑 令 方 力 超

责任校对 亚 光

封面设计 黄晓凤

版式设计 许 晴

盛 阳

印 刷 廊坊市佰利得彩印制版有限公司

版 本 2009年5月第1版

开 本 1/24 印 张 4.58

2009年5月第1次印刷

字 数 85千字

书 号 ISBN 978-7-304-04362-9

定 价 28.00元

(如有缺页或倒装, 本社负责退换)

前言

财富有个秘密通道

2008年袭来的金融危机夺走了多少人手中的饭碗，更席卷了多少人把握未来的信心？无法统计。这是一场心理的危机。同时，带来了一次认知财富的机遇。

财富有一个秘密的通道。原来只有少数的人知道。

这个秘密通道到底藏匿在哪里？对于已经行走在通道里的人们来说，这是一个公开的秘密。有很多怀着济世理想的人，正在大声地宣讲这个秘密，书籍上、电视节目上、报纸杂志上……

遗憾的是，塞着耳朵的人充耳不闻，闭着眼睛的人又怎么看得见脚下踩着金沙？

那么，又是什么令我们困顿于羞涩的锦囊却又束手无策呢？到底是什么令我们焦虑于失业的危机而只能提心吊胆呢？还有些莫名的恐惧正在一步一步变为现实……

罪魁祸首就是我们的思想。如果你的头脑里从来都认定自己无力摆脱经济困境的话；如果你认定养家糊口的唯一来源是找一份工作，那么，你就是选择了华山一条独径。你永远没有机会看到别样的伟岸山川秀丽风景。无论是唉声叹气或是怨天尤人，这一切都无济于事。

难道转变思想就是本套丛书所讲的“开店”吗？

当然不是。开店只是秘密的一部分，是财富之门开启的一个缝隙。

重要的是，这是一条随处可求证的路径，是小本创业易于操作的途径。

秘密的关键在于当你进入了财富的某一条通道，就将慢慢养成看见隐形财富的能力，能听得见金钱流动的声音，闻得到金钱被阳光晒过的味道，你距离获得财富自由的目标就不远了。

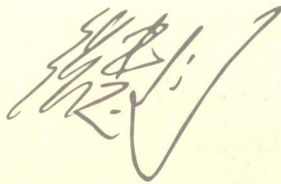
这套丛书到底是纸上谈兵还是问路宝典呢？此书脱胎于电视栏目《魅力财富》，经验建立在实战之上。广东电视台卫星频道从2004年开始以民生为计，关注百姓财富生活，致力于全民富足的理想目标，打造了一系列草根财经栏目。其中2006年与观众见面的《魅力财富》充分展示了财富的魅力，每天给观众提供一个小本创业的故事，每天为坐在家里的观众打开一扇通往财富的秘密窗口。三年时间，播出近800期节目，专注于《魅力财富》的编导们不知不觉中已经成为该行业中最见多识广的专业人士了。为了让更多的个体和家庭有机会把握自己的财富命运，编导们决定用书籍的形式把他们浸淫了近千个日夜、甄别了近千个项目的经验提炼出来，用手把手的方式传递给更多的人。

认真地跟这本书沟通，带着问题考察市场，观察身边的小店，当有一天你豁然开朗，信心十足的时候，再上路不迟。祝你成功！

一个民族一旦形成了创业的习惯，失业将不再对生活带来困扰，丰足和谐的人生将令我们的社会更加美好。

广东卫视的同仁将不遗余力在全民创富的道路上继续记录与发掘！在草根创业的过程中，倾力支持！

南方广播影视传媒集团总裁 张惠建





家纺店

怎样开
PRIVATESHOP
女士内衣店

怎样开
CHOPHOUSE
小餐馆

怎样开
KIDS CLOTHES SHOP
童装店

怎样开
LADY FASHION SHOP
女装店

第201创业
开店系列丛书
怎样开店?

创业培训网 88road.com

此为试读 需要完整PDF请访问: www.eritongbook.com



目录

第一章：为什么要开一家“小”餐馆？ 1

第一节 一辈子就做一种饭，二宝开起了快餐店 1

第二节 一间小餐馆到底能赚多少钱？ 5

第三节 开家小餐馆非常简单 6

第二章：开餐馆的前期准备 9

第一节 选择好的商圈是开店要迈出的第一步 9

第二节 瞄准消费人群，选择有利地势 11

第三节 租赁店面学问多 13

第四节 好店名让顾客记住你 15

第五节 小餐馆注册登记的简单流程	17	第二节 促销活动要常搞,也要搞长	68
第六节 小技巧装修出火红店面	19	第三节 怎样把“头回客”变成“回头客”	70
第七节 怎样策划一个成功的开业庆典	23	第四节 开小餐馆务必要掌握的几个法则	73
第三章:快餐店的员工管理	28	第七章:小餐馆的人性化服务	76
第一节 怎样才能招到能工巧匠	28	第一节 如何为顾客提供最好的服务	76
第二节 明确岗位职责才能为顾客做好服务	29	第二节 接待顾客的技巧	79
第三节 激励员工方法多	31	第三节 妥善处理顾客投诉	83
第四节 小餐馆员工培训至关重要	35	第四节 特殊顾客的特殊接待	85
第五节 降低员工流失率	39	第八章:小餐馆更要注重卫生管理	88
第六节 老板只做老板该做的事	42	第一节 员工健康管理不容忽视	88
第四章:小餐馆的进货渠道及成本控制	45	第二节 时刻重视厨房卫生	89
第一节 选择为您省钱的采购方法	45	第三节 怎样维护店内卫生	91
第二节 怎样降低经营成本	48	第九章:小餐馆出现问题应急方法全攻略	92
第三节 采购验收有窍门	52	第一节 生意变淡怎么办?	92
第四节 科学储备原材料	53	第二节 碰到误会、纠纷怎么办?	96
第五章:小餐馆的菜单定价策略	55	第三节 流动资金出现困难怎么办?	98
第一节 小餐馆菜单的定价原则	55	第十章:新兴餐饮模式介绍	99
第二节 掌握定价技巧,让顾客感觉实惠	57	第一节 中西合璧模式	99
第三节 怎样制作漂亮的菜谱	61	第二节 塑造特色模式	100
第四节 小餐馆老板要掌握的价格促销策略	63	第三节 工作餐配送模式	102
第六章:快餐店的销售策略	64		
第一节 掌握消费人群的心理	64		

第一章

为什么要开一家“小”餐馆？

第一节 一辈子就做一种饭，二宝开起了快餐店

本节解读问题：为什么创业起步要从小店开始？

怎样经营好小餐馆？

小事例：内蒙古麦香园烧麦馆

在内蒙古包头市有一家三层楼的早点铺名叫麦香园，在当地规模可算得上是卖早点的航母了。这家店的主打菜品就是纯肉馅儿烧麦，日营业额在3 000元左右。这个概念，相当于按照每人2~3两烧麦的用餐量计算，餐厅每两烧麦卖6元钱，那么一天至少会有200多名食客光顾。

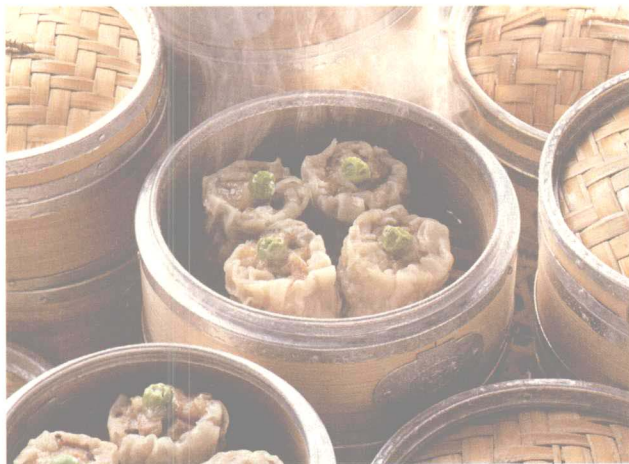
麦香园在当地已小有名气，这家店的老板叫二宝，文化水平不高，也没有专门学过管理，可麦香园上上下下他都打理得井井有条。二宝能有今天的成就，一个最重要的原因就是他从小店做起，一步步积累经验。



麦香园店面外景

烧麦好吃全在馅儿上

麦香园的前身名叫“二宝烧麦”，是一个不到10平方米的小早点摊位。之所以起这个名字，是因为老板只会做烧麦。烧麦



烧麦

做得是否好吃，功夫全在这馅上，二宝拌的肉馅正所谓“筋道有味”。

在内蒙古，每天早上来上二两烧麦，再喝上一壶砖茶，对于当地人来说，那是再美不过的事儿了。二宝正是凭借着自己拌馅的手艺，夫妻二人一起开了这家“二宝烧麦”。一个拌馅，一个擀皮儿，就这样，俩口子整整卖了三年的早点，经营场所也从铁皮棚搬到了路边小店，生意相对稳定了下来。

一分不花，技术入股当老板

每天小店的生意都不错，收入也较稳定。原本这些对于二宝两口子来说，已经非常满足，他们从来没有奢望将来还能开更大的店。在二宝烧麦店吃早点的常客中，有一位姓杨的先生，此人非常看好二宝的手艺，也看好二宝多年来积累的顾客群

体。

通过长时间观察，杨先生决定与二宝合作，开办一家高档次的早点店，主打产品就是二宝的烧麦。而且杨老板不用二宝出资，二宝只负责拌馅，用手艺入了技术股，两人合伙开起了三层小楼的“麦香园烧麦馆”。

菜单只有五样可选

麦香园烧麦馆就开在包头市大连开发区的主干道上，这个地段在当地也算是房租较高的地段，周边也开了不少饭店，在高手如云、竞争激烈的商业一条街上，想踢打开自己的一片天地，二宝和杨老板在经营上可真是没少花心思。

首先就是菜品的订制，麦香园并没有盲目引进很多品种，来这里的食客大都不用看菜单就能点餐，因为菜单上一共也就有五种不同馅料的烧麦可选，常客们都可以随口道来要点的烧麦。然后再到自选区挑几样爽口小菜，顾客进店不出五分钟就可以品尝到美味的早餐。

每天限量有钱不赚

来麦香园吃烧麦的人是越来越多，不光有二宝过去的街坊老顾客，现在店面宽敞了，装修更上档次了，很多讲究身份的人，也来这里吃早点，还有不少请外地朋友吃饭的顾客也来这里，就图个有内蒙古的早点特色。

针对这种情况，二宝向杨老板提出，店里不光要卖普通烧麦，还要增加一些高价位的鹿肉烧麦，鹿肉较瘦，更适合外地客人食用。而且鹿肉烧麦卖价高的话，更能显得请客人对朋友的热情及尊重。

经过商量，他们决定把每斤鹿肉烧麦定价为600元，这听起来好像是个天文数字。开始时其他烧麦馆也在观望，麦香园



那的早点又快又好吃

如此高价的烧麦是否会有人来买单。可真正经营后发现，还真有点不够卖呢。

因为二宝在销售过程中使用了一个小策略，他每天限量只卖三斤，食客想吃鹿肉烧麦就得早点来，有的食客来晚了，点餐时发现已经卖完，吃不到了，这就更吊起了食客的胃口，越是吃不到，就越是想尝尝这稀罕玩意儿——鹿肉烧麦。于是第二天他还会来。而且来请客的顾客们也会多多少少点上几两鹿肉烧麦，让朋友尝个鲜。所以每天三斤的量还真有点不够卖，但二宝却始终再没有加大鹿肉烧麦的供应量。依然是“每天限量，有钱不赚。”

麦香园的生意也是越来越红火，大家都知道这里有个老板名叫“二宝”。



鹿肉烧麦

技巧解读

为什么创业起步要从小店开始?

小是大的前提,每个大的事业都是从小本生意开始的,小本钱经营造就了很多富商巨贾,成就了很多人的事业。事例中的二宝就是从小摊位创业起步,专心经营好一种特色餐饮项目,一步步将自己的事业做大。

开餐馆起步阶段,在资金、人力、物力等资源有限的条件下,宜采用单一品种、特色经营的方针。建议开餐馆从小餐馆开始,为什么建议从小餐馆开始呢?

第一,“船小好掉头”。小餐馆可以充分发挥自身小而精的特点,因地制宜、灵活机动,以最小的资金投入起步运转。就算是因为个人经验不足等因素而失败,也不会赔进去太多钱。

第二,“尺有所短,寸有所长。”小餐馆有自己独特的优势,能让食客记得住你,日后就能小有名气。

第三,做小餐馆可以为我们做大做强积累必要的资金和管理经验。餐馆虽小,只要用心经营,一样可以通江达海。当形成良好口碑时,小店自然有了品牌价值。到那时,或是寻求合作,或扩大经营规模都有一定基础作为保障。

怎样经营好“小”餐馆呢?

小餐馆也有大利润,但这并不是说开餐馆就能赚钱。小餐馆有小餐馆的经营之道,不懂得这一点,也难以生存下去。

小餐馆的经营之道就是:形成自己的特点,发挥小的优势。

小餐馆如果没有自己的特点,它不仅不会赚大钱,还会被大的餐饮集团吃掉或被残酷的市场竞争淘汰掉。小餐馆在经营中要发挥以下优势,才能更好地赢利。

1. 觅空补缺特色经营

往往“小”餐馆才有风格,“小”才能保持特色。所以,经营小餐馆时,不论是经营项目,还是经营方式,应尽量保持自身独有的风格和特色。

中华民族的风味小吃数不胜数,各地风俗也迥然不同,所以像事例中的二宝一样,开设一家有特色的风味小吃店前途就很好。比如在西安开夹肉馍,在杭州开小笼包,中高档餐饮集团对市场照顾不到的地方,正是小型餐厅的生存之地。或者顺应减肥潮流的兴起,开一家健康素食店、粗粮馆;以打工族为消费对象的小型饭店;以女士为消费对象的特别餐饮;以学生为消费对象的小饭桌等。

一般来说,小餐馆要研究大中型餐饮集团的盲点,专门经营那些大中型餐饮业所无法顾及的领域,这也是小餐馆得以立足的根本。小餐馆在经营项目、经营档次上无法与资金雄厚的大餐馆相抗衡,但小有小的灵活性和特色,而人们在饮食上又特别求新求异,这就给小餐馆提供了很大的舞台。

2. 经营方式自由灵活

经营小餐馆一定要发挥它自由灵活的特性。与经营大餐馆相比,它没有那么多的条条框框,也没有烦琐的手续。只要有利润,就可以去经营;一旦发现没有钱可赚,立即就可以转型。还可以采用各种灵活多变的经营方式,比如可以固定经营,也可以开展外送业务。在北京农业大学附近的一家“三五元”快餐店就是一边固定经营,一边向学生宿舍免费送餐,利润虽然不大,但由于学生多,市场大,总体赢利能力很可观。

3. 薄利多销速度取胜

小餐馆以大众消费为基础,让大家体会到实惠尤为重要。所以菜品定价不宜过高,这样有了“薄利”的基础,就可以营造出“多销”的结果。但想要“多销”还要提高自身的服务速度,事例中麦香园就根据人们吃早点的时间不会过长的生活习惯,加快点餐环节的速度,不设太多的品种,而这些也确实受到了顾客的欢迎。所以说,保证服务质量的同时,加快服务速度是小餐馆应该具备的优势之一。

4. 灵活应用营销策略

事例中二宝应用了限量销售特供商品的经营策略,常言道“物以稀为贵”,不要担心你的高价位商品顾客不来买单,重点是,只要使用好经营技巧,小餐馆有很多的促销方法,要因人、因地灵活应用,本书第六章会为您介绍更多的营销小技巧,帮您解读开小餐馆的诀窍。

第二节 一间小餐馆到底能赚多少钱

本节解读问题:为什么在开店前就能判断出此店是赔,还是赚?

小事例:你家厨房快餐

在北京北四环边上有一个道尔泰百姓市场,这个市场的左半部分卖菜、水果、肉、粮油、主食等,有上百个摊位;市场的右半部分卖鞋、服装、日用百货等,也有六十多个摊位,就在这家市场里开有一个“你家厨房快餐”。

店老板也是个外地来北京打工人员,她觉得那些和自己

一样的打工仔们,吃饭倒不是问题,可要想吃到可口的,像家里做的饭菜一样就是个问题了。于是针对这一情况,这位三十多岁的店老板以20 000元的转让费在市场里接手一个摊位。起名“你家厨房快餐”,主营盒饭、面条、炒饼等家常饭菜,主厨就是她自己,做的都是家常菜。又以每月800元的费用找来一个帮手,就这样,一个家庭主妇开起了快餐店。

下面我们先计算一下她的起步费用需要多少:

“你家厨房餐馆”起步费用一览表

转让费 (现成店面)	3月店租	补充设施 (碗、筷、锅)	开店手续 (营业执照、卫生许可证)	合计
20 000元	1 800元/月×3 =5400元	500元	500元	26 400元

“你家厨房快餐”的基本消费人群就是市场里的摊主,店主觉得能把市场内部的生意做好,就已经可以保持收支平衡了,再有外来客,那就是利润。由于饭菜便宜,价格保持每餐人均消费8元,再加上店主做得像家里饭菜一样可口,所以很快就吸引了不少回头客。

两个月后,顾客已相对稳定,不光有市场里的摊主,还有来逛市场的顾客、周边的上班族、工人、学生。快餐店每天的光顾人数大概在100~150人左右,店主再加一位服务员完全可以照应过来。按人均消费8元计算,“你家厨房快餐”日营业额是800~1 200元。

下面我们就计算一下,这样一家简易小快餐店每月的支出与收入,以及到底能赚多少钱。

“你家厨房快餐”费用支出表

支出项 计算量	菜、料、主食 成本支出	雇佣人员费用 成本支出	水、电、煤气 成本支出	房租 成本支出	合计 成本支出
每日支出费	400~450元	25~35元	20~25元	60元	505~570元
每月支出费	12 000~13 500元	800~1 000元	600~750元	1 800元	1.5万~1.7万元

以上就是“你家厨房快餐”每月的支出，大概在1.5万~1.7万元左右。按照每日营业额800~1 200元取，平均值1 000元，。

每月按30天计算。那么这家小小的快餐店月利润是：

$$\begin{aligned} \text{月收入} - \text{月支出} &= \text{纯利润} \\ 3\text{万元} - 1.7\text{万元} &= 1.3\text{万元} \end{aligned}$$

这是我们在2008年5月做过的一个真实调查，可见小餐馆的收入也不算低，只要用心选好位置，计算好你的消费人群大概有多少，小餐馆就能赚到钱。

技巧解读

为什么在开店前就能判断出此店是赔、还是赚？

一般情况下，店面可以做的是方圆300米左右的生意，在开餐馆前，先仔细考察周边的人员流动以及居住情况，这对于判断此餐馆是赔还是赚很有帮助。事例中那位女老板把市场里的摊主作为自己的基本顾客群体，以基本顾客群计算得知，光是市场里的摊主来吃饭，她就可以达到收支平衡，也就是保本。那么，再有其他客人光顾那就是赢利了。

所以，开店之前，先要判断这个店面是否能赚钱，要仔细

考察方圆300米之内的情况，这包括以下几个方面：

第一，消费人群情况。考察周围固定住宅区、学校、办公楼、商业区人口数量，以及各种公共交通情况等。

第二，竞争对手情况。开店要扎堆，但也要有自家的特色，考察周边其他小餐馆，以便于找到自家的定位。

确立经营项目和基本消费人群数量后，简单核算成本，就可得知此地开店是赚、是赔了。开餐馆要理性，别把预期市场想得过大，也别把开店难度想得太高，只要理性分析，就能判断是赔、还是赚了。

第三节 开家小餐馆非常简单

本节解读问题：为什么好创意让开餐馆如此简单？

小事例：深圳闹钟快餐

挑战“上帝”的权利，闹钟快餐赢在创意

谁说“顾客就是上帝”？有这么一家餐厅，专门挑战“上帝”的权利。对顾客就餐时间加以限制，这家店叫“闹钟快餐厅”。

有一位刘先生，从日本留学回国后，家人朋友原以为他会找到一份不错的工作，谁曾想，他却自己跑到深圳开起了一家

“闹钟快餐厅”。

之所以叫“闹钟快餐厅”是因为他这家快餐店里，在每张桌子上都放着一个闹钟，用来计时限制客人的就餐时间。乍听起来，这种做法荒唐至极，可刘先生的闹钟快餐厅却生意红火，比普通快餐厅翻台率高出几倍。

细心观察，发现市场

刘先生在日本留学期间，那里的生活节奏非常快，有些餐馆就用限制客人就餐时间的方式来运营。可像刘先生这样的人，反倒非常喜欢到那里就餐，因为他可以准确估算自己花在吃饭上的时间。于是回国后，刘先生就去深圳开了一家“闹钟快餐厅”。

其实，限制就餐时间，这正是闹钟餐厅服务意识的新“超越”。他苦心推出“闹钟快餐”服务，旨在牺牲少数“快餐慢吃”的顾客，争取为更多“快餐快吃”的顾客服务。对那些原本生活、工作比较懒散，习惯于墨守成规、注重于形式的人，就要适当地限制他们的就餐时间，让他们“遵守快节奏的生活”。这其实也是一个绝妙的经营方式。

好创意形成良性循环

不可否认，在当今社会，时间就是金钱。为求生计，快餐正是工薪一族的理想选择。

刘先生说，这种经营模式，很适合生活节奏紧张的人们，因为人们希望很快吃完饭去办事。如果顾客们都慢慢地吃，一方面降低顾客转换周期率，使许多急于就餐的客人找不到座位，“快餐”变成了“慢餐”，有悖于客人的心理预期，客人下次就不会再来了；另一方面餐厅的效益也会受影响。对于经营目标明确、专一的餐厅来说，就必须理直气壮地选择顾客。



闹钟快餐漫画

“闹钟快餐”在餐厅的每张餐桌上放一只闹钟，用以计算进店顾客的时间。客人如果在规定时间内吃完饭，餐厅就会给以优惠价格，如果没吃完，就要加收高额的占桌费。反过来，顾客们也可以通过计时来监督餐厅。如果顾客进店后1分钟内没有服务员来接待，餐厅将会赔偿“冷落费”5元；点菜后3分钟没有上菜，将赔偿怠慢费10元；10分钟没有上菜的将免费招待顾客。

“闹钟快餐”服务推出后，前来用餐的顾客反而激增。因为

“闹钟快餐”限制了顾客的用餐时间，因而争取到了更多意在快吃快走的顾客，形成了良性循环。尤其是附近写字楼的白领，更是频频光顾。更重要的是，快节奏的服务还大大提高了餐厅的经济效益。翻台频率比普通快餐店要多几倍。



技巧解读

为什么好创意让开餐馆如此简单？

也许就是一道特别的饭菜，也许就是一个迎合人心的设计。无论是哪一种，只要小餐馆能迎合人们日常生活中的一小点需求，适时服务好周围的食客，就能经营红火。反过来讲，有人开小餐馆很简单，生意也做得不错，正是因为他有小创意、小点子。

事例中“闹钟快餐厅”的成功推出，正是迎合了顾客对吃快餐时间“短”的期望，刘先生正是抓住了这一点。因此，要使客人们频频光顾，在基础设施完善的前提下，还需要考虑如何做才不会耽误顾客们的宝贵时间，尤其是那些只有不到一个小时午休时间的职员们。

这种经营模式比较适用于生活节奏快的城市，最好开在办公楼、写字楼旁边。

“闹钟快餐厅”的成功说明，只要抓住一个小小的创意，迎合了特定消费群体的需求，一个符合人们生活习惯的点子一定能让快餐店挣钱。本书第十章还会给大家详细介绍很多开小餐馆、快餐店的小点子。

第二章

开餐馆的前期准备

第一节 选择好的商圈是开店要迈出的第一步

本节解读问题：为什么小餐馆选好商圈后，要先转方圆300米？

针对不同区域应该怎样选址？

为什么选址不光要带上眼睛，更要带上嘴巴？

小事例1：东北饺子馆的选址“五不做”

东北有家饺子馆在当地前后开了十几家连锁店，为了保证开的每一家店都能生意红火，老板在选址上可是没少下功夫。他每次都带着工作人员亲自进行商圈考察，有时员工都感觉走得脚疼了，老板依然乐此不疲地转悠来、转悠去。最重要的是就在这前后左右300米围着转。从人流测定到远景预测等都做周密的分析。

并且老板坚持：“晴天看了雨天看，白天看了晚上看，工作日看了双休日看。”这样周密的选址方法，使得这家东北饺子馆

开店的成功率大为提高，做到了开一家火一家。通过十几个店的选址经验总结，这个店老板说，自己选址时一直都是坚持“五不做”的原则：

1. 没有充足的人流量不做。
 2. 不是大型商圈的中心地段不做。
 3. 户外没有独立醒目的广告位不做。
 4. 相对封闭的二层楼层以上不做。
 5. 得不到房东与当地主管部门支持不做。
- 就靠着这“五不做”，东北饺子馆把生意做得红红火火。

技巧解读

为什么小餐馆选好商圈后，要先转方圆300米？

不同的餐馆有不同的经营特色、地理位置、交通、经营规模等因素的差别，其商圈规模、商圈形态也存在很大差别。在分析过程中，通常是以小餐馆设定地点为圆心，以周围一定距离为半径所划定的范围作为该店的商圈。一般的小餐馆商圈范围在300米左右。

针对不同区域应该怎样选址？

我们把小餐馆的商圈基本类型分为下面几种：住宅区、商业区、娱乐区、文教区和办公区。看看别人的事例，做一个自我分析，看看你更适合在哪个区域开家小餐馆。

区域划分	情况简介	成功事例	注意事项
住宅区	1. 一个中等规模的住宅区一般居住居民为500户左右，人口则在2000人左右，这是大多数情况 2. 住宅区的客户较为稳定，日常生活起伏不大，有固定的客户群体，因而快餐店的营业额也固定	北京有名的“老家肉饼”选择商圈就是考虑到住宅区有稳定的客源，所以大多选择在住宅区附近开设餐馆。“老家肉饼”以合理的选址以及皮薄馅大、色泽金黄的典型北方口味，赢得了源源不断的顾客	如果在选址时，把交通和地理因素考虑进来，尽量离公交站点或小区大门近一些的话，其发展潜力非常大
商业区	商业区是指各类商店集中的地方，这里人流不断，拥有良好的商业氛围，即各地的商业街。典型的有上海南京路、北京王府井等	“老孙头羊肉泡馍”就开在西安开远商场边的商业街上，这是一家大型购物中心，周围又有国美电器、友谊商场、人人乐商场等大型购物中心，每天来此购物的人有几万、十几万人次。显然在这里开一家“快餐店”一定会有很大的市场	这些地区虽然人流量大，但相对来说竞争更大，快餐店若要立足于其中，必须要具备自己明显的优势，有自己的特色风味，以“快”为主，挣快钱
娱乐区	1. 娱乐区多位于健身房、体育场、电影院等各类游戏娱乐场所。 2. 由于现代人“吃、喝、玩、乐”场所相对集中。往往在娱乐区周边就会有一条餐饮街	北京工人体育场周边有很多娱乐场所，那里也自然少不了餐馆的身影，很多以国外风情为主的餐馆很受消费者喜欢，“又一栈港式茶餐厅”是一间不大的小餐馆，但生意不错	1. 餐馆的发展要依赖该地区的发展程度，其潜力不大，但较为平稳，同时也可以可能面临激烈的竞争，在此区域选址要慎重 2. 如果周边有形成一定规模的饮食一条街，在那里开餐馆稳妥一些
文教区	以各类学校、学院为主，包括大、中、小学以及各类职业学校，同时也包括居民委员会或街道开设的社区活动中心、社会福利单位、医院、就业中心等	“欢乐会”餐馆开在政法大学附近，以物美价廉的食物和温馨浪漫的环境，招徕了许多学生。小餐馆适应他们活泼的特性，为他们营造出一种文化氛围，很多学生聚餐、生日会都会来这里	1. 在文教区开设快餐店其营业额会比较平稳，可是由于在这类商圈开快餐店会比较依赖地区发展的兴旺程度，所以其发展空间有限 2. 在放假期间，可能生意会差一些，小餐馆可做一些变通，补偿这一缺陷
办公区	泛指办公密度较大的地区，该区域主要以写字楼为主，很少有大型商店和居民楼	“盛世莲花”的产品以特色盖浇饭和各式拉面为主，兼营具有浓郁泰式风味的特色食品。该快餐店不但风味独特，其选址策略更是高明。 “盛世莲花”在北京开的第一家店在SOHO现代城。SOHO现代城是一个高密度的办公区，“盛世莲花”承诺，一个电话，我们解决您的午餐，每到中午开饭时，写字楼里的公司集体向“盛世莲花”订餐，从此“盛世莲花”的生意旺盛红火起来	1. 办公区中的小餐馆往往以经营午餐为主，要注意荤素营养搭配，为上班族提供健康的膳食 2. 提供上门服务，送餐速度要快 3. 包装要精致、整洁