

曾展鸿 编著

开家赚钱 餐饮店^的



开家餐饮店，细节决定成败，赚钱才是王道。

如何进货最省钱省心？

如何定折扣才能使促销利润最大化？

如何别出心裁，挣新鲜感的钱？

如何发展和留住“回头客”？



经济科学出版社

开家 赚钱的 餐饮店

曾展鸿 编著

图书在版编目 (CIP) 数据

开家赚钱的餐饮店 / 曾展鸿编著. —北京: 经济科学出版社, 2012. 5

ISBN 978 - 7 - 5141 - 1867 - 4

I. ①开… II. ①曾… III. ①饮食业 - 商业经营
IV. ①F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 078934 号

责任编辑: 李海波 张 力

责任校对: 徐领柱

责任印制: 李 鹏

开家赚钱的餐饮店

曾展鸿 编著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 88191217 发行部电话: 88191537

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

香河县宏润印刷有限公司印装

710 × 1000 16 开 16.5 印张 230000 字

2012 年 7 月第 1 版 2012 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 1867 - 4 定价: 29.80 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 88191657)

(版权所有 翻印必究)

前 言

不少人会这样想：如果有 1 万元去投资创业，要开一间小食店；如果有 10 万元，要开一间小型餐馆；如果有 100 万元，要开一间大餐馆；如果有 1 000 万元，还要开一间豪华高档的大酒楼或餐饮连锁店……

在当今的市场经济中，为什么越来越多的人对从事餐饮业如此钟情呢？

古语云：“民以食为天。”我国有 5000 多年的悠久历史，这其中，饮食文化占了非常重要的地位。众所周知，中国是真正的美食之乡，更有“只有中国人是用舌头吃饭”的说法。可以说，餐饮业是当之无愧的“百业之首”。从古至今，只有餐饮业长盛不衰，并且时至今日还在向更繁盛的方向发展。

据世界经济合作组织一篇研究报告表明：在知识经济迅猛发展的今天，传统行业中只有服务业仍有较大的发展，其中包括餐饮业。服务业的投入比例比造纸业低，增长率却高，在该报告中被称作“打破知识经济神话的反例”。专家们还把餐饮业列入蓬勃发展的 15 类热门职业之中。

餐饮业可谓是商机无限。然而，要想在餐饮市场上分得一杯羹，并没有人们想象中的那么容易。正如中国品牌餐饮“丽华快餐”掌门人蒋建平所言：不要认为只要是餐饮行业就可以按同样的模式运作，其实任何一个细分领域都有它的门道，只是外人看，在赚钱，自己去做却未必。

简言之，在餐饮业想赚钱首先得掌握其中的门道。

本书从当今餐饮市场的实情出发，以通俗易懂的语言，配合翔实的案例，揭秘多家成功餐饮店的经营绝招，多层次、多角度地解析餐饮店生意兴隆的门道和艺术。从特色餐饮店的选择、进货渠道的奥妙到打折促销手段的运用、菜品定价的诀窍；从餐饮业鲜为人知的潜规则、如何迎合顾客对新鲜感的追求，到餐前餐后的赚钱妙招、餐饮巨头的成功秘笈，囊括了餐饮经营多个领域的赚钱门道，系统而全面地展现了餐饮业轻松赚钱的多种技巧和方法。

本书内容丰富，具有很强的实用性，多方面透视餐饮行业的成功“秘诀”：独具匠心的个性化餐饮模式，使您步步为营、稳扎稳打成就财富。技高一筹的餐前餐后服务妙招，使您客源不断、稳步发展；出奇制胜的新鲜点子，吸引顾客眼球，给您带来滚滚财源……它是初涉餐饮界人士的行动指南，更是行家老手的“囊中瑰宝”。

全面了解餐饮这一行业的门道、诀窍，定能启发和唤醒您在餐饮方面赚钱的潜能。用智慧巧妙创造出属于自己的一套经营模式，为您探寻餐饮店成功的门道，找到一条通往财富的捷径，让创造财富变得如此简单。



目 录

第一章 餐饮店有人这样开

- 1.1 巧借时尚效应，开特色餐饮店/3
- 1.2 超人思维，非常之地取非常之财/6
- 1.3 面向潮人，赚钱源自酷体验/9
- 1.4 减肥餐厅，瘦了别人“肥”了自己/13
- 1.5 小本餐饮，赚足千万/16
- 1.6 利用品牌，成就中国时尚快餐/19
- 1.7 另类餐馆，大赚好奇心钱/22



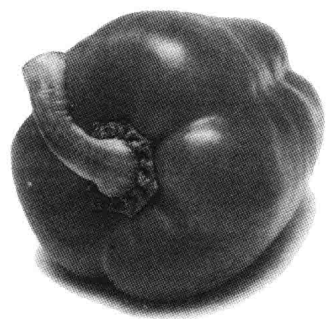
第二章 进货渠道，门店赚钱的灵魂

- 2.1 正宗上等食材，原味呈现/29
- 2.2 绿园生态，地道农家风味/32
- 2.3 小小餐馆渠道多，精挑细选利为先/36
- 2.4 另样餐厅，特殊食材的进货/39
- 2.5 自产自销，“全自助”餐厅利润更可观/42
- 2.6 调料选择分档次，适合的才是最好的/45
- 2.7 非法渠道需警惕，餐厅进货慎思量/48





第三章 折扣与特价，利润由最终解释权决定



3.1 特价菜，餐厅亏损的背后/55

3.2 一分钱一分货，定价策略决定零折扣/58

3.3 巧借折扣手段，吸引特殊人群/62

3.4 利益先行，餐馆折扣有门道/65

3.5 趁热打铁，节假日折扣为餐馆造势/68

3.6 另类打折，创意“套牢”顾客/72

3.7 餐厅在优惠策略上遭遇“滑铁卢”/75

第四章 菜品定价中的诀窍

4.1 菜单上奇妙的数字，挑动顾客购买欲/83

4.2 优惠定价战术，赚足人气/86

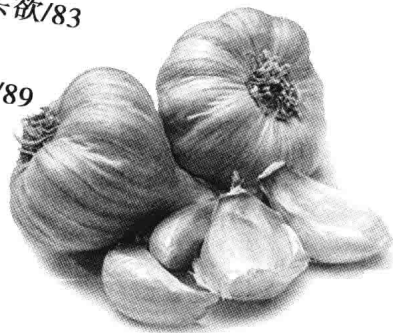
4.3 餐馆定价有窍门，灵活选择巧赚钱/89

4.4 品牌效应，声望定价利更高/93

4.5 创新思维，另类定价受追捧/97

4.6 菜品定价非儿戏，合理为上/100

4.7 价不符实，超出常理引非议/104





第五章 餐饮业鲜为人知的潜规则



- 5.1 菜品质量，由超额利润决定/111
- 5.2 “消费陷阱”，折扣优惠中的门道/115
- 5.3 赚钱不易，额外收费成行规/118
- 5.4 小发票大文章，餐馆“赚钱”有门道/121
- 5.5 觥筹交错间，酒水狂“圈钱”/124
- 5.6 最终解释权属餐馆，菜单中的秘密/129
- 5.7 赚钱有新招，“鲜榨果汁”行规多/132

第六章 换汤不换药，挣新鲜感的钱

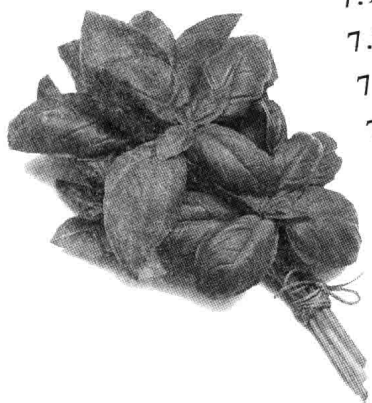
- 6.1 自助式经营，我的餐馆你当家/139
- 6.2 在菜单上做文章，要的就是这股新鲜劲儿/143
- 6.3 餐馆就餐有条件，新鲜怪招引客来/147
- 6.4 各式主题餐厅，满足顾客新鲜追求/150
- 6.5 别出心裁，菜品新鲜客自来/153
- 6.6 特色服务进餐馆，顾客叫绝人气高/157
- 6.7 过犹不及，新鲜怪招惹的祸/160





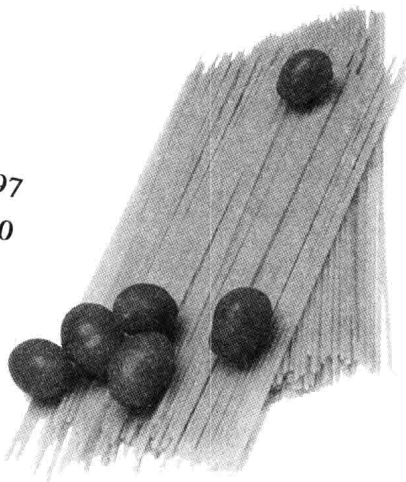
第七章 餐前餐后的赚钱绝招

- 7.1 吸引顾客方赚钱，上菜中的学问/167
- 7.2 “化妆”，菜肴上桌前的必修课/170
- 7.3 先入为主，餐厅环境让顾客驻足/174
- 7.4 多元化餐前食物，顾客捧场才是理/177
- 7.5 餐饮服务真功夫，点菜推销的窍门/182
- 7.6 餐后服务更贴心，给顾客爱上你的理由/186
- 7.7 信息技术，餐后联络感情赢得回头客/189



第八章 餐饮巨头是这样狂赚的

- 8.1 小肥羊，来自草原的特色美味/197
- 8.2 老舍茶馆，京味儿十足话茶艺/200
- 8.3 全聚德，皇城老字号的辉煌/204
- 8.4 净雅，传统产业的新生之路/208
- 8.5 小蓝鲸，“餐饮改革”的神话/212
- 8.6 赛百味，品牌快餐的经营之路/216
- 8.7 星巴克，演绎咖啡神话传奇/220



附录一：食不厌精，菜系大全

附录二：宴会祝酒辞



第一章

餐饮店有人这样开



- ▶1.1 巧借时尚效应,开特色餐饮店
- ▶1.2 超人思维,非常之地取非常之财
- ▶1.3 面向潮人,赚钱源自酷体验
- ▶1.4 减肥餐厅,瘦了别人“肥”了自己
- ▶1.5 小本餐饮,赚足千万
- ▶1.6 利用品牌,成就中国时尚快餐
- ▶1.7 另类餐馆,大赚好奇心钱



1.1 巧借时尚效应,开特色餐饮店

餐饮市场风起云涌,瞬息变化的新思潮和时尚潮流此起彼伏,各种风味菜肴竞相争荣。许多餐饮店在保持自己特色的前提下,紧跟时代步伐,不断开发创新品,巧用时尚效应,引领餐饮潮流。

随着顾客追求时尚已经成为潮流,不少餐饮店将时尚作为新的利润增长点,吸引顾客眼球,成就自己的创业致富之路。餐饮店除了在菜肴上追求新颖时尚之外,他们更多的是考虑到顾客的个性化需求,利用环境、时尚、文化、高贵、品位和优质的服务展现餐饮店的最大卖点,用时尚特色吸引顾客光临。

“亲近消费”,我的菜肴我做主

进酒楼点菜,就像在超市买东西,客人看菜下单。眼下,一种借鉴超市量贩概念的“亲近消费”,在餐饮业中日渐盛行,为商家赚得更多商机。到酒楼吃饭,想吃什么鱼,直接到鱼池边用鱼兜网起,酒楼的厨师当面剖杀,送到厨房里烹制。由于顾客对于就餐需求的多元化,成就了餐饮店的“亲近消费”模式,“亲近消费”模式也成就了这类特色时尚餐饮店。

一般人下馆子,习惯于服务员端菜上桌。有的商家却另辟新意,他们允许顾客自己到厨房炒菜。特别是一些农家菜、农家院它们可以让顾客磨豆浆煮着喝,这类餐饮店正在逐渐兴起,并逐渐成为一种潮流。这场景让被“下放”农村的顾客能感受昔日的纯真年代。而且这样的环境也让平时很少去乡下的现代小“皇帝”们在时尚玩具熏陶之外,有了体验农村生活的机会。



赢利心经

到餐饮店就餐,顾客很多时候根本看不到原材料新不新鲜,但是,在武汉市桥口宗关的一家鱼村餐饮店,更像一个卖场。大厅清一色的原木桌椅,漆色斑驳的木窗棂取代了现代的塑钢窗。几个不同的区域,摆着一长溜老式酒坛、青花瓷泡菜坛以及汤罐,墙上挂着腊肉,顾客需要什么,可看样点菜,十分方便。

这种卖场式的餐饮店,一经出现,就备受顾客追捧。它比一度盛行的广东量贩式海鲜餐饮店显得更大胆,用形式的构建唤起顾客的自我意识,促使顾客去感受、去关注、去欣赏,从而实现“透明消费”,给顾客“家”的感觉,让顾客花得开心,花得值得。

“亲近消费”是对超市量贩概念的借鉴,在顾客“身临其境”中实行消费的无障碍。餐饮营销已不单纯地看重店堂装饰,而是更注重走向多元化经营策略。“我的菜肴我做主”,在这种独特的文化氛围里,让顾客有更多的选择和满足。



“轻食餐饮”,时尚新概念

轻食是指简单的料理,就是便餐、点心的意思,是由日本百货公司美食街规划区中传出来的一种另类饮食形式,而台湾则由于近年来流行日本风,开始慢慢风行起来。而轻食最主要的概念就是吃七分饱,只要让肚子不饿的食物量就足够了,另外还在饮食内容注重健康概念,少油、少盐、少调味料和多一些天然素材,而这正是轻食目前盛行的原因之一。

“轻食”和简餐并不完全一样。简约而不简单,注重饮食健康,是此类餐饮的最大特点。随着生活水平的提高,饮食已成为一种追求,一种时尚。而以天然、健康为特色的“轻食主义”更是受到人们的青睐。

2008年以来,武汉的一家餐厅在汉口解放公园路、前进一路等地,连开了三家分店。店内不见富丽堂皇的大厅,餐桌少则十来张,多的也只三



四十张。菜肴都是家常小菜,分量不大,味也清淡,讲的就是个清新、自然。

武汉汉口的一家餐厅也奉行“轻食主义”,这里光南瓜菜就有一二十道,如此“粗粮菜”很受顾客喜欢,用白木耳、百合和山药做的炒三白,还有芝士焗红薯等“轻食”,也让人津津乐道……

“轻食”餐厅是2007年才问世的,有的也叫时尚餐厅。其最大特点是,店里没有嘈杂的人群,只有简约的长桌、舒适的软椅,简单而又合口味的吃食。这对腻烦了吃大餐的时尚人士来说,是一种不错的选择。

“轻食”意味着对某些美味的适度“收敛”,常被解释为餐饮店中快速、简单而又不失精致的食物。随着人们健康观念的增强,工作节奏的加快,轻食餐厅将吸引更多的顾客,让饮食不再是一种负担。

时尚“马桶餐厅”,“异味”惹人眼

在深圳,“马桶餐厅”成为一些年轻人的热门话题。由于媒体报道和网络的宣传,更引来了全国各地关注的目光。那么,这家以“马桶”为名的餐厅是什么模样?哪些人会去光顾?在“马桶餐厅”里,会品出怎样的味道?

其实,“马桶餐厅”并不是让顾客真正坐在马桶上用餐,而只是布置了一种类似厕所的环境。“马桶餐厅”可以说是一次有益的“厕所文化”,是一种善意的轻松,在愚弄中得到欢乐和快活。

在深圳松园路这条小街上,各种各样的餐厅一家挨着一家,要不是当街放着大浴缸和抽水马桶,路人绝对不会注意到这家小店的。店里的摆设完全是“厕所”的“味道”:墙壁上挂着小便池,天花板上装饰着彩色塑料水管。餐桌,就是在白色的蹲厕上加了块玻璃,蹲厕里有贝壳、彩色玻璃球等小玩意儿;椅子,就是洗手间里最常见的马桶,马桶盖的图案各



式各样,让每把“椅子”都有不同的“味道”。

“马桶餐厅”受欢迎,支招的餐饮管理公司干脆在店门口挂起了“创意营销时代,大便也能变黄金”的加盟广告。广告这么一挂,有兴趣的人到店里实地考察,亲眼目睹“马桶餐厅”的火爆,马上有让人有掏钱加盟的冲动。现在,“马桶餐厅”在深圳已有4家分店。

一些年轻人喜欢到“马桶餐厅”吃饭休闲,这不仅是一种空虚,一种无聊,更是一种“心灵饥渴”。人们常说,人在饥饿的状态下,吃什么都香。反之,在物质要求得到充分满足、饱食终日的生活背景下,当一些人在平淡的生活中品味不出滋味的时候,便会去寻找刺激和另类。

1.2 超人思维,非常之地取非常之财

古人云:天时不如地利,充分强调了地利的重要性。尤其是开餐厅,地理位置的优劣更显得重要。人们把地理位置好坏与否视为餐饮店赚钱的第一要素,这自然是有道理的。餐饮业的传统规律是“一步差三市”,足以说明地理位置的好坏直接影响餐饮店的盈亏。然而,在社会日趋多元化的今天,地理位置并不就一定就限制餐饮店日后的发展空间。只要我们能够突破传统思维,充分发挥餐饮店“地”之特色,就能变“不利”为优势,在非常之地,取非常之财。



闹市中的天堂——天台餐厅

在城市迅猛发展的今天,早已习惯钢筋混凝土建筑充斥其间的我们,往往对清幽、宁静的环境有着难以抗拒的热情。粤语中,天台亦被称为“晒棚”,顾名思义就



是晾衫晒被的好地方。此外,它更是人们茶余饭后喝茶聊天的好去处。但当都市的楼房越建越高时,这昔日的西关风情也渐渐消失了。天台餐厅独守着喧嚣城市中的那一份独特与安宁,既提升了魅力,也赚足了人气。

广州为数不多的天台餐厅中,大部分都是以做西餐为主,因为西餐厅优雅的气氛刚好适合情侣拍拖幽会,再加上夜色的衬托,感觉更为浪漫。无怪乎位于滨江中路的一家法国越南餐厅,会那么受情侣欢迎。

这间法国越南餐厅是属于法式餐厅 37°2 旗下的一间分店。该餐厅共分为三层,与一二层华丽的风格相比,顶楼的半露天餐厅只有简单的挂灯雕饰,餐桌也不过是五六张,装修最为简陋。但每到夜幕降临时,最简陋的天台却最火爆。据餐厅服务员介绍,有时即便露天座位已满座,依然会有顾客要求,在有位置时相告知,大部分顾客都是冲着三楼的露天餐厅而来的。的确,在春末夏初的夜晚,坐在凉风习习的江边,开瓶红酒与恋人边赏珠江夜景,边品美酒与松软芝士蛋糕,是一件非常浪漫的事。

昂贵租金逼出新奇创意——巴士餐厅

非常之地取非常之财,而对于连非常之地都没有的老马来说,经营餐馆简直就是“巧妇难为无米之炊”。餐馆租金太贵,如何是好?老马所选的“非常之地”给了我们满意的答案。

南京江宁区的殷富街上,一到晚上路边就摆满了大排档的摊位,摊主们摆开炉灶,整条街飘香四溢,顾客络绎不绝。可要说这里哪家餐馆的生意最好,还得数这家“巴士餐厅”:店面是一辆大巴车,厨房由一辆混凝土搅拌车的底盘改制而成,这样一个流动餐馆开上街头,真是想不红都难。

2008年夏天开始,老马便着手开始实现这个“巴士餐厅”的想法。他先是从江心洲买来了这辆原来用于单位接送职工的“高龄”大巴,一番改



赢利心经

造后,就有了属于自己的门面店。

买来车后,他又花了1 000多元把车里车外重新装修一番。大巴车的内部经过改造后,撤去了原来的车座,摆上了7张餐桌,每张桌子周围都放着4把椅子。车内照明,电扇,空调等设备一应俱全,驾驶座位旁边还放着两箱啤酒和几张菜单,与一般餐厅无异。大巴车的旁边,还有一辆两轮的自制铁皮车,由四个可拆卸的铁架子支撑在地。

“巴士餐厅”每天下午5点钟左右就正式营业了,顾客络绎不绝,一直到夜里12点钟才打烊,生意相当火爆。新奇的就餐地点,质朴的服务,外加物美价廉的食物,来这儿吃过的顾客都赞不绝口。

巧借“地”之特色,坟场开餐厅

在阴森的坟场做餐馆生意,听来是耸人听闻的奇事。按照常例,一般的人在清明节期间才会去上坟。如果不是,就只有过世的人生辰到了,一家人才来。或者随着社会压力的越来越大,他们来亲友的坟头寻找片刻的清静或是心灵上的寄托。在坟场开餐馆,客流量不大,这不等于自断财路么?然而,没有做不到的,只有想不到的,把坟场这一地理劣势转化为地理优势,我们的主人公杨女士把这奇特的生意经营得红红火火。

杨女士是河南人,1997年与丈夫结婚后,日子过得倒也其乐融融。但随着第一个孩子的成长、第二个孩子的即将出世,经济上逐渐捉襟见肘,杨女士只得想办法挣更多的钱。

2005年5月的一天,杨女士下早班后经过一大片坟地,忽然听到有人说想在父母坟前陪父母吃顿饭。说者无意,听者有心。听了这话,杨女士不由得心里一动,计上心来:在坟地开个餐馆让上坟祭祖的人都能吃上热菜热饭。这一年年尾,杨女士以一年150元的租金租下了一间离坟场200米远的荒房。以柴鸡烙馍为主打菜,她的“坟场餐馆”终于开始营业。