

# 学生早餐计划 早餐店的创业计划书(通用5篇)

计划是提高工作与学习效率的一个前提。做好一个完整的工作计划,才能使工作与学习更加有效的快速的完成。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢?下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文,我们一起来看看吧。

## 学生早餐计划篇一

### 第一章

#### 企业产品与服务

##### 一、企业经营模式

集中采购加工配送原物料,在各门店采用流水线作业出品,为顾客提供自助式服务。

借鉴知名中西连锁餐饮品牌(如麦当劳、肯德基、真功夫等)的经营模式并根据地域特点加以改进。

##### 二、企业主要产品结构:

前期产品共设三大块[a]襄樊牛肉面/汤粉系列配黄酒和豆浆[b]江浙汤包系列配各式粥品{玉米粥、红豆粥、清粥等}[c]西式糕点系列配牛奶和咖啡等。

##### 三、中心餐饮与直营餐饮

粉面系列和汤包系列由公司直属运营。

##### 四、加盟餐饮

西式糕点系列邀请知名西饼品牌加盟（如妞妞、皇冠等）。

## 五、增值服务

后期规模允许的情况下，可设立与一卡通/公交卡一体的早餐卡，并对学生、老人、社会弱势群体适当折扣。在各门店增设一些便民服务项目（如寄存、邮寄、干洗等），实现真正的民生化。

## 六、服务质量控制

将顾客满意度与各管理层绩效挂钩，公司采取定期督导巡视、神秘顾客意见调查、消费者意见反馈等方法来监督服务质量并加以改善。

## 第二章

### 行业和市场分析

#### 一、行业与发展前景

目前襄樊地区早餐市场仍处在就餐环境差、品质卫生差、服务意识差的三差阶段。没有一家专业正规的早餐品牌。由于早餐的低利润和连锁经营管理方法的欠缺，本地餐饮界无人愿意投资发展连锁早餐。与传统正餐、特色餐饮及夜市餐饮的白热化竞争场面形成了鲜明对比。

然而随着现代都市人消费观念的转变，越来越多的人愿意外出食用早餐来节约宝贵的时间，也越发在意早餐的质量。市场的格局正在改变，品牌早餐呼之欲出。早餐将成就一个前景无限的广阔市场。

#### 二、客源市场分析

襄樊雄跨汉江两岸，城市规模位居全省第二，城区常住人

口110多万，是名副其实的大中型二线城市，是国家产业向中西部转移的重点开发区域。目前地区产值、人均收入正在快速增长。

襄樊人一直有在外过早的习惯，每天早上大概有60%的人选择在外就餐。以目前人均4元的标准计算，这将是一个日均260多万的大市场（110万\*60%\*4元）。

### 三、市场竞争与对策

最大的竞争来自于无处不在且价格低廉的路边摊、面馆等。

安心早餐立志于做平民早餐工程，我们通过集中采购降低食品成本、流水线标准操作降低人工成本、科学选择店址降低铺租成本等一系列手段将运营成本压缩到最低，从而提供真正物美价廉、物有所值的早餐。

### 四、政府产业政策

市民放心早餐已被列为国家重点民生工程之一，各地政府都有相应的扶持政策，在许多一二线城市已有经营发展良好的放心早餐品牌（如苏州一百放心早餐工程）。

安心早餐计划在人力资源方面也尽量吸纳下岗职工、外来劳工等社会弱势群体。努力成为地区下岗再就业示范企业。

## 第三章

### 营销战略与cis计划

#### 一、 营销目标

让安心早餐品牌深入襄樊市民心中，成为人们早上外出就餐的不二选择。

## 二、 营销策略

- 1、 赞助公益事业。
- 2、 帮扶弱势群体。
- 3、 积极参与社区活动。
- 4、 适当回馈社会。
- 5、 永远不做高投入的广告宣传。

## 三、 营销队伍建设计划

在各门店运营稳定的情况下，公司成立推广部，设立推广经理一名，各店设推广代表一名。

推广人员主要职责：收集顾客意见、推动顾客关怀文化、组织推广活动、商圈调查等（参照麦当劳、肯德基推广组工作模式）。

## 四、 cis计划

**mi**（思想识别系统）：在公司内部大力推行企业经营宗旨永远致力于为顾客提供卓越的.用餐价值，使之融入所有人思想行为中去。

**bi**（行为识别系统）：带动公司积极参与社会公益活动，以实际行动实践一个企业的社会责任；日常工作中严格执行操作标准，追求高水平的qsc（品质、服务、清洁），让顾客感受到真正的价值。

**vi**（视觉识别系统）：统一制服、招牌、餐具、标识等。注册安心早餐商标，经营及对外活动中，使用统一logo

## 五、 餐饮文化活动营销策略

- 1、 将安心早餐的牛肉面系列打造成襄樊地区特色饮食代表之一。
- 2、 把健康营养作为品牌发展战略重心，让顾客真正吃的安心。

## 第四章

### 项目建设计划

#### 一、 项目建设内容与规模

##### 1、 中央厨房：

仓库：干湿货仓各一个

加工间：面条加工档、包点案、饮品档、味料档。

配送：租赁两厢货车一台（需具备冷藏功能）。

##### 2、 门店：

营业面积300—400平方米左右，可摆放10—20张散台；厨房建设成半透明式，使顾客可以看到整个操作过程；厨房分为3个档口：面档、包点档、西点档；大厅设自助点餐柜台（顾客先买单，凭电脑小票到各档口取食品）。

#### 二、 项目选址与地区概况

选址标准：1、 人流较大的居住区、市场、医院、商超、写字楼、学校等附近。

2、 竞争者聚集点。

3、注意规避高铺租带来的经营压力。

项目地区概况：襄樊地区早餐多集中在江边、各大医院、菜市场、学校或居民小区等附近。大多是零散经营，店铺面积在30—50平方米左右，且占道经营现象普遍，周边卫生条件差。

### 三、 建设成本控制

1、 店面基本装修费用3万元左右。

2、 硬件设施及餐厨具购置费用2.5万元左右。

3、 加工中心装修及设备费用5万元左右（前期以空调房暂代保鲜库，以冰柜暂代冻库）。

4、 办公设施投资3万元左右（电脑自动化办公、收银、物控系统）。

5、 其它设施约2万元。

## 第五章

### 发展战略与目标

#### 一、 公司长期发展战略

在经营宗旨指导下寻找合理的利润增长点，让安心早餐品牌持续良性的稳定获利。

#### 二、 战略发展目标

将安心早餐建设成为襄樊乃至湖北地区最成功的早餐品牌。

#### 三、 企业经营发展战略

尽一切努力降低运营成本以提供价值不凡的产品给每一位顾客。

## 第六章

### 公司管理

#### 一、 公司组织结构

前期分店人员配置：店经理一名，储备干部一名，推广代表一名，洗碗工一名，员工6名（依照营业情况安排员工数量）。

后勤中心人员配置：后勤负责人一名，工人6名。

#### 二、管理机制

- 1、建立标准的运营流程
- 2、建立系统的训练系统
- 3、建立完善的晋升机制
- 4、建立完善的督导机制
- 5、完善数字化管理
- 6、规范服务标准
- 7、建立顾客满意度管理体系
- 8、强化员工职业心态建设
- 9、强化服务过程督导

#### 三、人力资源计划

- 1、公开透明的晋升机制
- 2、持续循环的学习培训
- 3、不断储备管理人员
- 4、努力提升员工满意度

#### 四、企业文化

尊重个人、追求卓越、共同成长。

### 第七章

#### 财务分析

##### 一、 营业收入预测

前期将产品定价高于市场同行15%（提高品质、服务、清洁的附加成本），各门店前期预计日均营业额在2500元左右，以人均6元的消费水平，每天接待客人400人次左右，预计营业额年增长率60%，一年后日营业额达到4000元左右。

##### 二、 营业成本

食品成本（原物料）： 35%

运营成本：（能源、损耗、运输、税、铺租等） 25%

人力成本：（人工） 13%

管理成本：（间接人工） 2%

净利润： 25%（利润率与营业额成正比）



### 三、财务分析结论：

餐饮行业现金周转较快，在前期投入后，后续不再需要大笔投入。

安心早餐采用中央厨房集中配送，前期门店较少的情况下，运营成本相对较高，随着门店的增多，间接成本将会逐渐降低。

预计一年收回投资。

## 第八章

### 融资要求说明

#### 一、 资金需求及使用计划

前期投资30万元，其中基建费用约24万元，剩余6万元作为运营流动资金。

预计一年后，安心早餐扩张到5家门店，在这个过程中再行追加20万元投资。

后续发展只依靠营业所得利润即可。

#### 二、 投资建议及股本结构

1、 现金投资方承担全部资金投入，持有安心早餐品牌80%股份；

2、 计划执行人（以下简称管理方）持有安心早餐20%股份。

3、 合作双方需严格执行《合作守则》，及时追加投资，不可挪用、撤出或变相转移共有品牌资产。

### 三、投资者权利安排

- 1、现金投资方负责对公司财务状况、投资策略进行监督。
- 2、管理方负责公司全面运作。
- 3、公司财务对合作双方透明。

### 四、投资方介入公司业务程度建议

- 1、投资方一般情况下不可介入公司业务，只对公司财务状况进行监督。
- 2、在公司营运出现严重失误，导致无法正常运转或严重损害安心早餐品牌形象时，经董事会投票决定，可由投资方另行委派管理者，双方股权结构不变。

### 五、风险投资退出程序

- 1、自正式运营之日起，三年内投资方不得以任何形式撤出投资。
- 2、期满，经双方友好协商达成一致后，投资方可撤出资本并归还股权。

注：未尽详细处参照《合作细则》

## 第九章

### 风险及对策

#### 一、 行业风险及对策

早餐行业属低投入、低风险、低收益的行业，只有通过高客流做高营业收入才能保障有利可图。因此必须通过提高品质、

服务、清洁等综合价值使品牌在同业中占据主导地位。

## 二、市场风险及对策

襄樊早餐市场消费偏低（近两年提高不少），价格竞争风险大。安心早餐的定价略高于市场同行，我们通过提高整体就餐质量来让顾客感受到物有所值。

## 三、经营风险及对策

早餐的利润率低，在经营过程中最大的风险莫过于浪费和内耗。公司建立完善的利润管控体系，在人力资源方面也尽可能做到人员结构扁平化、工作高效化。

## 五、不可抗力及对策

建立良好的公共关系，在不可抗力事件发生时，争取各方面的支持。

## 学生早餐计划篇二

都说女人40一枝花，现如今小洁和琦臻姊妹俩从专职家庭主妇，携手经营早餐店。姊妹俩不怕吃苦，带着幸福与满足展开一片新天地。

姊姊小洁谈起早餐店的经营，嘴角泛起笑意说：“很辛苦，刚开端还没上手时，晚上十点前就要上床睡觉，因为每天凌晨不到三点就得起床，虽然开店没那么早，但事前的准备任务太多了，包含煮红茶、做三明治、准备沙拉基本盘，鸡蛋、牛奶任何一个都不能少，每件事情都得重新学习。”

小洁原本经营服饰店，可是后来越来越多的韩系衣服竞争，再加上“假牌”的兴起，让服饰生意进入黑暗期。歇业休息一阵子的小洁，见到女儿学校门口的早餐店，里头的早餐打

破传统制式化的菜色与口味，丰盛的组合和小量式的拼盘，让进门的客人照样可以吃到像中餐一般丰富又多变且营养的选择。她说，“那时候我就打了电话到麦味登早餐店的总公司询问了相关信息，也请了总公司的人到家里初谈细节，可惜之后还是犹豫不决而不了了之。”

小洁后来再度提起勇气到加盟展参观，发现似乎没有这么难，当场缴了1万元台币的订金逼自己“付诸行动”，更说服了在家专职照顾老公与两个小孩多年的妹妹琦臻。妹妹说，当时想法是年纪已经不小了，到哪里找任务都可能会被嫌弃，更不知道能作什么，姊姊一直都很有生意头脑，而且信息搜集得很详尽，就想说试试看，反正孩子也大了，女人应该找点自己的生活重心。

早餐店的经营，除了店内“吃的选择”要多之外，姊妹俩把店内整理布置的温馨干净，甚至连菜色搭配都花费巧思，作了微幅调整，让客人除了味觉找到满足外，视觉上更有一番滋味。好比“幸福份儿饭”内的煎火腿、青菜沙拉配上两片面包、薯饼，吃得到营养更吃得到美味。小洁说：“一开端也手忙脚乱，客人一进门时心里不但没开心，反而是害怕，尤其以前卖衣服，每一件衣服都要整理、烫平后才干干净净挂在衣架上，但早餐不一样，摆盘求美，动作就会超慢，客人等的不耐烦时也有发火不悦的，一直到半年后才调整好速度，慢慢习惯。”

从一开端的兵荒马乱，到现在每天营业额平均达到3万元台币的成绩，这对吃苦耐劳姊妹花一个月只休两天，不管刮风下雨还是天热天冷，清晨时脸上的笑容得到附近客人的喜爱，每天早上忙得津津有味，甚至寒暑假时女儿们还会一起到店內帮忙。琦臻笑说：“欢迎二度就业的妇女走出家庭、进入职场，只要有信心、不怕吃苦、认真努力，世界上没有女人作不到的事情！”

# 学生早餐计划篇三

经营目标：将“安心早餐”建设成为襄樊乃市民放心早餐工程。

商业模式：努力降低运营成本，为顾客提供卓越的用餐价值。

尽可能吸纳社会各阶层消费者，依靠高客流获取合理利润。

前期建设规模：建立一个中央厨房(采购加工配送中心)，在xx城区内开设两家门店。

前期中央厨房及三家门店预计基建投资在30万元人民币左右。

1. 具备50万元人民币(含)以上投资能力的独立法人、国营/私营企业、政府机构等。
2. 谢绝三种投资人：小富即安的暴发户、渴望高收益的投机者及缺乏社会公德心的生意人。

## 第一章

### 企业产品与服务

#### 一、企业经营模式

集中采购加工配送原物料，在各门店采用流水线作业出品，为顾客提供自助式服务。

借鉴知名中西连锁餐饮品牌(如麦当劳、肯德基、真功夫等)的经营模式并根据地域特点加以改进。

#### 二、企业主要产品结构：

前期产品共设三大块：a) xx牛肉面/汤粉系列配黄酒和豆浆；b) 江浙汤包系列配各式粥品{玉米粥、红豆粥、清粥等}；c) 西式糕点系列配牛奶和咖啡等。

### 三、中心餐饮与直营餐饮

粉面系列和汤包系列由公司直属运营。

### 四、加盟餐饮

西式糕点系列邀请知名西饼品牌加盟。

### 五、增值服务

后期规模允许的情况下，可设立与一卡通/公交卡一体的早餐卡，并对学生、老人、社会弱势群体适当折扣2015年早餐店创业计划书范文2015年早餐店创业计划书范文。

在各门店增设一些便民服务项目(如寄存、邮寄、干洗等)，实现真正的民生化。

### 六、服务质量控制

将顾客满意度与各管理层绩效挂钩，公司采取定期督导巡视、神秘顾客意见调查、消费者意见反馈等方法来监督服务质量并加以改善。

## 第二章

### 行业和市场分析

#### 一、行业与发展前景

目前xx地区早餐市场仍处在就餐环境差、品质卫生差、服务

意识差的“三差”阶段。

没有一家专业正规的早餐品牌。

由于早餐的'低利润和连锁经营管理方法的欠缺，本地餐饮界无人愿意投资发展连锁早餐。

与传统正餐、特色餐饮及夜市餐饮的白热化竞争场面形成了鲜明对比。

然而随着现代都市人消费观念的转变，越来越多的人愿意外出食用早餐来节约宝贵的时间，也越发在意早餐的质量。

市场的格局正在改变，品牌早餐呼之欲出。

早餐将成就一个前景无限的广阔市场。

## 二、客源市场分析

xx城市规模位居全省第二，城区常住人口110多万，是名副其实的大中型二线城市，是国家产业向中西部转移的重点开发区域。

目前地区产值、人均收入正在快速增长。

xx人一直有在外过早的习惯，每天早上大概有60%的人选择在外就餐。

以目前人均4元的标准计算，这将是一个日均260多万的大市场(110万\*60%\*4元)。

## 三、市场竞争与对策

最大的竞争来自于无处不在且价格低廉的路边摊、面馆等。

“安心早餐”立志于做平民早餐工程，我们通过集中采购降低食品成本、流水线标准操作降低人工成本、科学选择店址降低铺租成本等一系列手段将运营成本压缩到最低，从而提供真正物美价廉、物有所值的早餐。

#### 四、政府产业政策

市民放心早餐已被列为国家重点民生工程之一，各地政府都有相应的扶持政策，在许多一二线城市已有经营发展良好的放心早餐品牌(如苏州一百放心早餐工程)

“安心早餐”计划在人力资源方面也尽量吸纳下岗职工、外来劳工等社会弱势群体。

努力成为地区下岗再就业示范企业。

### 第三章

#### 营销战略与cis计划

##### 一、 营销目标

让“安心早餐”品牌深入xx市民心中，成为人们早上外出就餐的不二选择。

##### 二、 营销策略

- 1、 赞助公益事业。
- 2、 帮扶弱势群体。
- 3、 积极参与社区活动。
- 4、 适当回馈社会。



5、永远不做高投入的广告宣传。

### 三、营销队伍建设计划

在各门店运营稳定的情况下，公司成立推广部，设立推广经理一名，各店设推广代表一名。

推广人员主要职责：收集顾客意见、推动顾客关怀文化、组织推广活动、商圈调查等(参照麦当劳、肯德基推广组工作模式)。

### 四□ cis计划

bi(行为识别系统)：带动公司积极参与社会公益活动，以实际行动实践一个企业的社会责任；日常工作中严格执行操作标准，追求高水平的qsc(品质、服务、清洁)，让顾客感受到真正的价值。

vi(视觉识别系统)：统一制服、招牌、餐具、标识等。

注册“安心早餐”商标，经营及对外活动中，使用统一logo□

### 五、餐饮文化活动营销策略

1、将安心早餐的“牛肉面系列”打造成襄樊地区特色饮食代表之一。

2、把“健康营养”作为品牌发展战略重心，让顾客真正吃的“安心”。

## 学生早餐计划篇四

前期将产品定价高于市场同行15%(提高品质、服务、清洁的

附加成本)，各门店前期预计日均营业额在2500元左右，以人均6元的消费水平，每天接待客人400人次左右，预计营业额年增长率60%，一年后日营业额达到4000元左右。

食品成本(原物料)：35%

运营成本：(能源、损耗、运输、税、铺租等)25%

人力成本：(人工)13%

管理成本：(间接人工)2%

净利润：25%(利润率与营业额成正比)

餐饮行业现金周转较快，在前期投入后，后续不再需要大笔投入。

“安心早餐”采用中央厨房集中配送，前期门店较少的情况下，运营成本相对较高，随着门店的增多，间接成本将会逐渐降低。

预计一年收回投资。

## 学生早餐计划篇五

现代社会节奏不断加快，但也更注重健康生活。由此看来，开一家营养早餐配送店大有文章可做。

开早餐店，选址宜在大型住宅小区内，专门为小区住户提供营养合理的早餐，也便于在小区内部开展外卖服务。既为营养早餐，那就一定要着眼“营养”二字。经营种类，主食可提供面包、搭配牛奶、豆浆、果汁，同时配上苹果、香蕉、橙子、西红柿等时令新鲜蔬果。通常大家早餐不习惯吃水果，然而专家们建议，科学的吃法是早上和饭前，这样营养更加

均衡，而且有利于吸收。

王女士是一家娱乐城的服务员领班，常常工作得很晚。尽管每天早上困得不行，还是得爬起来为丈夫和儿子做早餐。她说，外面小摊上的早餐实在不卫生，让人不放心，再加上传统早餐营养结构不合理，儿子又正在长身体，因此宁可中断自己的睡眠，也要亲自为家人做早餐。由此看来，开一家营养早餐配送公司，也大有文章可做。

店面选择在大型住宅小区内，专门为小区住户提供营养合理的早餐，也便于在小区内部开展外卖服务。既然是营养早餐，那就一定要着眼“营养”二字。经营种类，主食可提供面包，搭配牛奶、豆浆、果汁，同时配上苹果、香蕉、橙子、西红柿等时令新鲜果蔬。通常大家早餐不习惯吃水果，然而专家们建议，科学的吃法是在早上和饭前，这样营养更加均衡，而且有利于吸收。吃惯了油条胡辣汤，很多人口味一下子难免改不过来，所以，还可以选择小米稀饭、馒头小菜、煎鸡蛋等这些传统早餐品种。

在经营时，既可以由顾客随意点，也可以借鉴西式快餐的方法，将早餐品种搭配成套，例如“面包+牛奶+苹果”，“馒头+小米粥+煎鸡蛋”，这就是很标准的套餐模式，方便顾客选择。公司的经营方式可采取集中加工，设店定外卖和分散投递到户的经营模式。

早点式样设计提示：

- (1) 主食：面包、包子、馒头或其他糕点；
- (2) 副食：咸菜或其他特色小菜；
- (3) 饮料：早茶、咖啡、牛奶、稀粥或其他液态食品；
- (4) 设计制作早点专用饭盒，将主食、副食、饮料一式一盒，

这样便于快递和出售；

(5) 早点设计应根据不同地区不同口味和健康饮食制订，根据大众普遍定量，价钱不要太贵，如果业务量大，则免收专递费。如果你每天能为10家单位1500左右人专递早点，一盒3元，那么每月收入4500元，除掉一半的成本，还剩二千二百多元。