

# 2023年创新创业早餐店计划书(精选5篇)

计划是人们为了实现特定目标而制定的一系列行动步骤和时间安排。计划为我们提供了一个清晰的方向，帮助我们更好地组织和管理时间、资源和任务。下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 创新创业早餐店计划书篇一

所在国家（地区）：中国. 舟山

申报人：

申报日期：

保 密 承 诺

本商业计划书内容涉及商业秘密，仅对有投资意向的投资者公开。要求收到本商业计划书时做出以下承诺：

妥善保管本商业计划书，未经本人同意，不得向第三方公开本商业计划书涉及的本公司的商业秘密。

目录

1.3 财务计划

.....  
..... 错误！未定义书签。

第一章 摘要

1.1 商业模式

跟多家餐馆、早餐铺和人力公司合作，建立并且不断完善早

餐制作、代购、配送的综合服务平台。为用户每天提供及时、便捷、优质的早餐。同时也出租餐车餐具，提供旅游餐饮和工作餐服务。

## 1.2 市场竞争与公司定位

主要竞争对手是各地区本地餐饮机构。与之相比，我们的定位优势在于网络的利用——精准计时的服务、网络化的服务平台，用户感受的考虑——规范系统化的服务、便捷的代购托管模式。

# 创新创业早餐店计划书篇二

## 1.1 早餐：

### 1.2. 目前早餐尚有很多不利于人体健康的因素

针对北京人的饮食习惯，过去老北京的早点都是些油条，抄肝，豆浆，豆脑，大米，小米粥，馅饼包子混沌等为主。象豆浆，豆脑，大米，小米粥，包子等都是不错的早餐，但制作质量和卫生普遍存在很大的问题。还有就是含油脂和含胆固醇很高的油条与抄肝相对来讲也逊色了很多。

摄取营养的早餐摆脱妨碍健康的克星，营养健康的早餐要有足够的碳水化合物，膳食纤维及蛋白质，所以怎样慎选营养、快捷、美味、又方便的早餐成了当今餐饮业的重点。

2.1. 午餐：一般来讲人在午餐中所吸收的营养占了每天营养来源的三分之一。

现代人对于健康的概念，也比以往更具有革新的管理观念。对于健康，不再只是消极的治疗病痛，现代人有著更为积极的心态。如何积极地抵抗、预防疾病，同时让自己的心态与身体都保持在最佳状态，就是有效管理健康的积极正面态度。

运用在平日的食物搭配上。健康饮食就是成功人生的泉源!健康, 为你的人生增添色彩; 饮食, 让你的健康更加完善。

## 二. 承办养生餐馆的巨大商机

当然“卖”点很重要。中国传统食品为主要产品的系列产品, 虽然知道的人多, 但经营得好的不多。既是盲点, 也是卖点。只要有好的产品和好的经营方式, 就能在市场上大行其道。取得很好的经济效益。

比如说早餐“粥” 不管是炎热的夏天, 还是寒冷的冬天, 无论是春满花开的春天, 还是丰获满满的金秋对于食欲不振, 身体处于亚健康状态下的人们, 清淡保健的粥品正是饮食首选。开家粥店能充分迎合现代人注重健康的生活潮流, 而且成本投入低, 回报稳定。

## 三. 市场调查及研究

1. 目前北京市民已经对保健餐的认识有了一定的层次, 一改常态的过去的大鱼大肉和油腻腻的菜肴, 开始选择了更具有营养价值的保健餐类。

2. 如果我们推出的是具有食疗保健, 美容益寿为一体的绿色环保饮食的话. 那无论是利润空间还是人们需求的空间都相对的更据有前途性了。

3. 承办养生食府具有五个特征:

1、大众消费得起; 2、营养丰富, 易于吸收; 3、持续性消费; 4、老少咸宜; 5、食客可以缩短消费时间。应该建立在: 不单是色香味美上, 宣传的重点应该是健康! 仅把吃饭作为饱肚和美味的观念早已过时, 它的积极意义在于帮助人们提高生活质量恢复健康的身体, 轻松愉快的去工作, 学习. 同时也可以满足了人们身体健康上的需求, 使消费者从中获得价值和

满足。

2. 至于经营特色，反对粥店的传统思路。应该勇于抛弃做不好的产品，宁缺毋滥，在粥类上，只需设计10种绝对拳头的粥品，其中有一个主打产品。另外建议将心思多放在一些容易消化的配粥菜肴方面。这样也是为了防范可能到来的经营风险，哪怕粥品种真的失败了，由于你其它保健养生的菜肴上下功夫了，同样可以在菜肴上弥补粥品的损失。

#### 四. 面向消费渠道和人群

这是一个消费渠道非常广泛的行业

1. 一般消费者，重点：婴幼儿，学生，老人，孕产妇，病人和亚健康族。

2. 主要益处：营养，卫生，口感好，保健. 是非常中国化的快餐形式

4. 重要性：病人，学生，老人需要营养；免除自己熬粥的烦恼及购买原, 配料不便；更有安全感，卫生营养，功效多。维护健康，省时，省力，使消费者更可增加消费合理的感觉。

5 同时在餐厅内部布设宣传各项食品的养生食品功能与特性，这样可以更能增加各类食府健康知识。在饮食享受的同时，也使食客提高并加强了的健康意识, 健康饮食的同时，也体会到了养生食品对人体的重要性。

#### 五. 3餐品类

##### 1. 1. 早餐粥类品种

配套产品主食有：各类粗粮制作的

(1) 糕类 (2) 饼类 (3) 其他类

优点：品种众多，适应面广，可选度高，原料便宜，易于采购，工艺流程短，无需特别技术，易生产，好销售，无淡旺季。

缺点：因配料众多，采购略繁琐了一些，但是可以根据一般人群身体常见的亚健康状况，进行粥谱分类和归纳和集中。

## 创新创业早餐店计划书篇三

### 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。

# 创新创业早餐店计划书篇四

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内帮忙。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！”



# 创新创业早餐店计划书篇五

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大学生投资创业。

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”。