# 最新熟食店创业计划书(9篇)

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2024-06-11

*光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。熟食店创业计划书篇一1...*

光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**熟食店创业计划书篇一**

1.1消费态势

随着现代人们物质文化生活水平的不断提高，人们对食品的消费也趋向多样化，特别是在珠江三角洲较地区，外来人口的增多，带来口味需求的多样化，各种饮食文化互相交流和渗透，不同种类的饮食店也遍地开花。适应快节奏和流动快的现代人们的生活和工作节凑的西式或中式快餐连锁店成为大众消费者的消费主流。稳定的本地家庭，外来工在外住宿的家庭，大量的工厂集体食堂消等费单位的大量存在，他们在购买一般肉菜食品的同时，会对已制作好口味独特的熟食食品有较大的消费需求。

1.2购买熟食的诱因

自己动手制作的困难一般做不到专业的卤水或盐局食品口味。

制作工序的敏锁，所需的时间较长。

熟食食品对空闲时间较少的打工一族来说省时方便和快捷

可偿试较新口味的食品。

而不作为主材，将不作为小食的个人消费者也大量存在。

1.3 影响消费者购买的主要因素食品的口味

卫生清洁程度

是否新鲜

价格水平

是否方便购买

所以企业在经营管理上要重点考虑以上几个因素。

2、熟食行业的现状

2.1 熟食食品行业的主要经营方式

开在肉菜市场的专门熟食食品店，有档口形式也有店铺形式，主要产品有卤水、盐局、烧腊食品等。以家庭消费主菜为主。

开在闹市的盐局食品店，主要产品有盐局鸡翼、凤爪、全鸡等，以平时的个人消费为主，价格较高。

专门的卤水或烧腊食品快餐店，以堂食形式为主配以外卖;酒楼或一般餐饮店的熟食食品专柜，以堂食或外卖形式销售。

开在步行街或主要商业区，如超市、大型商场旁的烧烤类小食店，产品有鱿鱼、肉丸串、牛杂、鸡翼等小食品，以年青人特别是年青女性平时消费为主。

超市内的熟食食品专区。

2.2 市场定位

肉菜市场销售的熟食档位主要是以家庭经营为主，档次较低，产品缺少创新，卫生条件较差，没有连锁经营，由于没有行业的领导者，一般定位于大众家庭消费的熟食档口，都能靠较低的价格和有选择性的食品满足于部份消费的需求。但并没有能领导和扩大该市场的消费潜能。

定位偏高的熟食食品专卖店，走的是另外一条路，他们选择城市中心繁华区作为店址，以较高的价格区隔特定的消费群体，此类店必须要靠特色产品和有效的营销管理来占有市场。但此类店的营销水平依旧是停留在销售阶段，没有上升到营销的高度，故永续经营还是存在问题。

**熟食店创业计划书篇二**

1、长安镇区域概况

长安位于东莞市最南端，紧临深圳，靠近港澳，广深高速公路、107国道、c358省道横贯而过，是广州、东莞与深圳交通往来的南大门。总面积83平方公里，辖13个村(居)民委员会，户籍人口3.5万多人，外来流动人口60多万人，旅游同胞3万多人。

长安镇云集了大量的制造加工企业，吸引了大量的外来人口在此工作、生活，带动了饮食、休闲、娱乐等产业的发展。

特别是和人们生活息息相关的饮吃方面，大量的人流产生了巨大的消费需求，具有很大的市场潜力。

工业园区、居住区、商业区的明显划分，为定位明确、针对目标市场人群的连锁业的发展带来无限商机。

2、时间、人流调查资料

一般市场从6：00始人流开始增加，到7：30左右到达顶峰，然 后开始缓慢下降，到9：00后可发现人流量明显减少。从12：00到16：30，市场基本处于休业期，然后从16：30始到19：00市场开始每天第二次的旺市时间。

3、长安镇熟食市场分析

3.1市场繁荣程度

一般市场最旺的时间是上午，下午人流很少。而上午人流最多的时间段是从6：30~8：00这段时间。早上人流最旺的市场是长安综合市场、厦岗市场和宵边市场，上沙市场、乌沙市场和街口市场次之。一般熟食购买的产生都集中在早上，另外下午5：00~7：00这段时间也有一部分购买产生。

3.2熟食店的分布

熟食店主要开在肉菜市场里熟食专区，开业数量会因市场的繁荣程度而有差异。从以上数据图可以看出，开业档口最多的市场是长安综合市场和厦岗市场。宵边市场、乌沙市场、沙头市场和上沙市场的开业档口数量差不多。而厦边市场、街口市场、咸西市场等熟食店的数量相对较少。

3.3各市场的行业特征

长安综合市场主要以批量购买为主，一般是早市，下午基本歇业。熟食档口基本都有招牌，主要做卤水盐局食品的有：广州明子盐局手撕鸡、荣记麻油鸭、徐敏肉丸、潮汕标记肉丸、潮汕池记正宗盐局卤水店、阳江正宗盐局鸡;专卖金猪的有：景记金猪档和顺意金猪档;主营烧腊的有：粤西烧腊店、富记烧腊店、永记烧腊店、亮记烧腊店、江门绰记烧腊店、陈记烧鹅档、明记烧腊卤水店;金猪和部分烧腊店约上午10：00就收铺，下午基本没有营业。长安综合市场有几家冰鲜肉类食品批发商，是长安集中的冰鲜食品批发市场。

宵边市场内熟食区占有位置最大、有明显的招牌的是正家麻辣卤味专卖店，有品牌经营意识，而且在市场内是销售最好的一档。其营业时间最长，从早上开市到晚上十点甚至十一点。另市场旁边独立铺位的两家：潮洲卤味和梅汕卤味，产品相对较为精致，有潮汕特色。早市的生意较为平淡，反而晚市的生意相对较好。而市场内三档烧腊店基本上上午十点就卖完收市，下午仅有一档再次开卖。

厦岗市场的规模比较大，市场繁荣，熟食档位的数量也多，但空置率也高，达55%。没有特别的主导档位。厦边市场内熟食档位全被煌上煌卤味店独占，有显眼的店面招牌，但厦边市场人流比较少，生意一般。上沙市场和乌沙市场都有独立铺位的熟食店：梅汕肉丸卤味和潮洲卤水店，这类店的产品相对较好，价格也稍高。基本上形成统一的市场形象的是潮洲或梅汕的卤水店，产品相对较好，但经营分散，没有形成统一有效的市场势力。

3.4 产品特点

主要品类是盐局类、卤水类和烧腊类

品种主要有盐局鸡、卤鸭、烧鸭、烧鹅、凤爪、猪耳、鸭掌、鹅肠、鸡翅膀、鸭翅膀、叉烧等品种。

基本没有独特的专有技术产品，不形成市场独占。

3.5 产品品质

产品品质较类同，没有明显的差异化。市场档位店的产品基本上是同质化产品。产品相对做的较好的是市场独立商铺的熟食店，如宵边市场的潮洲卤味、乌沙市场的潮洲肉丸卤味店。

3.6 技术专利

基本没有独特的专有技术产品，不形成市场独占。

3.7 价格水平

市场价格比较接近，市场熟食区档位的同类产品，价格相同或比较接近，没有明显的高低档之分。价格相对高出一般水平的是市场的独立商铺，如潮洲肉丸卤味店等熟食店。

3.8 管理水平

基本上是家庭式经营，自己制作，没有专业的管理操作。

3.9 营销状况

没有专业的市场操作，基本上没有有计划性的广告宣传、促销和品牌管理。

5、案例分析：正家麻辣卤味专卖店

熟食店名称：正家麻辣卤味专卖店

地点：宵边市场

面积：两个熟食档位位置，约8平方米。

开业时间：2年

老板娘：吴小姐

籍贯：江西

行业经验：9年

销售人员：老板娘本人、另外一名或两名帮工。

生产人员：10人

主要经营品种：卤猪耳、盐局鸡、烧鸭、卤鸭、盐局鸡亦、盐局凤爪卤水猪舌、卤水猪大肠等。

销售方式：单店零售和对工厂食堂、餐厅的批发售卖

配送工具：面包车或人力三轮车

市场地位：宵边市场销量最大。

三、swot分析[\_TAG\_h3]熟食店创业计划书篇三

1、现有行业行业竞争者的优势

进入市场时间长，有丰富的行业经验

有熟练的制作技术

熟悉进货渠道

有部分稳定的顾客资源

占有较好的铺面位置

2、现有行业行业竞争者的劣势

品牌形象较差

卫生清洁程度差

产品缺少创新

没有专业的市场操作

管理水平低

没有连锁经营，缺少规模效应

不形成区域的覆盖力量

3、行业机会

人口密度大、市场潜力大

市场消费需求存在较大的可挖掘空间

行业没有领导者，给市场提供整合的机会

现有经营者经营、管理水平低

没有正规的连锁企业，给连锁经营提供市场空间

低水平的营销管理给市场提供专业的操作空间

4、行业威胁

外地较专业化的熟食连锁企业的进入

原有竞争者经营时间长所具有技术采购渠道，客户位置，行业知识等资源优势。

社会公共卫生突发事件。

**熟食店创业计划书篇四**

1、目标区域市场

长安镇

2、市场细分

细分市场1：家庭消费群

a类特征描述：男女双方均有工作，没有孩子，仅晚餐自己买菜做饭，这类消费者一般在下午下班后到市场买菜。

b类 特征描述：男女双方均有工作，有小孩，和父母一起居住，父母负责带小孩和买菜。这类消费者一般在早上到市场买菜。

c类特征描述：夫妻共同经营自己的生意，空闲时间少，一般早上抽时间到市场买菜。

d类特征描述：富裕家庭，由佣人负责买菜做饭，对肉菜的口味、卫生和质量要求较高。

细分市场2：个人消费者

a类特征描述：年轻女性，从事娱乐休闲行业，收入较高，有较多的空闲时间，逛街、购物、吃零食是她们的最大爱好。

b类特征描述：一般工薪女性阶层，需要轮换班上班，下班时喜欢买些零食带回宿舍。节假日喜欢和朋友出游，通常会捎带零食。

c类特征描述：青年学生，喜欢集体行动，对新鲜事物比较感兴趣，群体内的互相影响力和趋同性比较明显，喜欢集体吃东西，特别是新奇的食物。

d类特征描述：青年男性，喜欢集体聚餐喝酒，对适合下酒的熟食肉类食品感兴趣。

细分市场3：组织客户

a类特征描述：工厂或一般企业机构食堂，员工人数多，食堂工作量大。喜欢制作简单、省时省力、容易均分的食物。

b类特征描述：餐饮机构，讲究制作速度和口味，再简单加工提供给客人，省时、快捷。另外是茶点或小菜形式的需求。

c类特征描述：大型超市，有熟食专区，自己采购或有供应商摊点位置。

3、市场定位

总体市场定位：适合大众消费的健康、方便食品。

4、创新的市场定位：礼品市场

将一般的熟食食品定位于礼品市场应该是一个创新，可以超出一般的显在消费需求，挖掘出一个新的消费市场。

礼品消费是可以引导的，可以运用定位明确的传播策略，充分挖掘这一潜在的市场。

可以通过广告、公关活动、促销等营销手段向消费者传递送礼送熟食食品的信息。

适合礼品市场的特征和要求，在产品的挑选、制作、包装、保存等方面全面配合这一定位，务求在品质、包装上尽显礼品的特征。

并且能大大的提高企业的知名度和品牌形象。

五、营销策略[\_TAG\_h3]熟食店创业计划书篇五

1、商圈要求

集贸市场区

商业繁华区

居住生活区

2、地点要求

肉菜市场出入口两则

肉菜市场熟食区

肉菜市场边独立商铺

区民小区出入口

商业集中带

大型超市门口或超市内熟食专区

3、店铺面积

一般要求8到20平方米，可以布置店面广告招牌，能统一标准装修，独立品牌形象店面职可稍大。

4、选址原则

目标顾客比教集中出现的地点。

消费者走向较多接近的地点。

可见度高的地点。

适合连锁店的形象定位的地点。

顾客方便购买的地点。

能进行店面广告宣传的地点。

**熟食店创业计划书篇六**

1、产品策略

产品策略1

专门的卤水食品线

产品策略2

多系列的食品线，卤水系列、盐局系列、烧腊系列或其他系列。

不同市场定位的产品选择

个人消费者市场的产品定位是休闲的、可以和一般零食一样即吃的，但不油腻，应选择小件的、制作独特的食品，如凤爪、鸡亦、鸭下巴、鸭肾等。

家庭消费者市场的产品定位是健康的主菜食品，应主要选择大件的多肉食品，如全鸡、全鸭、全鹅等，当然也有适合个人消费者市场的食品。

组织客户市场的产品应该是根据客户的要求订做的选择性的食品。

礼品市场的产品选择应该选择能够体现其高价值、独特风味的产品，如独家密制的卤鸭、卤鹅等。

2、定价策略

一般肉菜市场店，可用跟随定价，价格和现有竞争者相同或略高，再在店面形象，产品质量，服务等优胜于竞争对手。

品牌店定价策略，可用高价撇脂策略，选择区别于一般大众店的产品组合，以高价格针对特定的消费群。

可于节假日时候调整部份产品价格，作为促销价，进行促销。

设计组合式购买或大量购买的优惠价格。

3、促销策略

3.1开业促销

电视广告 在连锁店开业前半个月或一个星期在电视台投放密集的电视广告，向市场传递xx卤水食品连锁店将于xx时候开业的信息。

一般促销工具在开业前半个月或一个星期内印发张贴海报或宣传单张，在店铺辐射的商圈居民区、菜市场、商业区等向行人派发宣传单张、优惠卡、现金购物券等促销品。

宣传横幅、海报 于肉菜市场、居民小区、商业旺区等地方投放开业信息横幅，向目标顾客告知。

免费派送 于开业当天或头三天，首xx名顾客可免费获赠本店送出的幸运大礼包，包括新鲜出炉的食品组合套装和其它促销礼品等。

特价单品 如盐局鸡可以以特低价xx元/只的促销价入市，每天限销50只，连续三天或更长，引起市场轰动，并进行密集的广告宣传配合。

特惠包装组合 设计类似肯德基的外带全家福桶装包装组合，可以搭配凤爪、鸡翼、卤鸭等，用本店独特的包装盒打包包装，以特惠价出售，可给市场带来全新的消费体验。

3.2 常规促销

以上开业促销可根据不同时期的销售和市场状况，灵活使用于一般销售时间的常规促销。

另外，较常用的常规性促销手段是在节假日变换推出特价单品，不断给市场制造热点。

时段性推出新产品促销，如试食、搭配销售等，不断给市场制造新鲜感。

抽奖促销或累积购买集点优惠等。

4、广告策略

广告一般配合促销进行投放，包括开业前的电视广告、海报、横幅、宣传单张，pop广告(售点广告)等。

要利用好低成本的pop广告，如手写的价格或特价促销标牌，产品标识，吊旗等。

向餐厅、酒楼、酒吧、个人消费者派发吊旗、海报，向客户提供可装饰性广告，同时有效宣传本店的品牌和产品。

邮寄广告，收集准客户的名单，家庭消费者或组织客户(如工厂、餐厅、酒楼、酒吧)。向其邮寄精美的产品介绍印刷品，并附赠小礼品，以低成本投入可收到很好的宣传效果。

企业网站，通过建立企业的网站，宣传公司的形象，有利于企业的连锁扩张。

5、公关活动

邀请当地的名人或政府官员参观、品尝食品、亲笔提字并留影等，并邀请新闻媒体跟踪报道，可达到很好的促销效果并提升企业的美誉度。

与当地政府有关部门联合举办“xx美食节”相关公益性广告活动，借政府的名誉提升企业的知名度。

在本地政府的重要宴请活动时，提供本司的产品作为大会指定食品。

赞助诸如市场文明经营单位评比、文明家庭评比等活动。

6、服务策略

必须建立统一的服务质量体系，包括销售人员统一着装，统一文明用语，统一制造方式，统一销售程序等，在与顾客接触时必须按公司服务规范操作，在消费者中建立统一的高质量服务形象。

服务准则：微笑服务、态度认真、诚恳有礼、耐心和细心、卫生整洁等，制造温馨文明、有序的购买环境，给顾客留下美好的购买体验。

7、 研究和开发

必须有新产品研究、开发计划。

根据市场的变化调整现有的产品线。

不断推出新的产品。

8、市场调查和研究

要保持对市场的调查研究。

研究消费者的消费态势。

研究行业的竞争状况等。

六、开业准备[\_TAG\_h3]熟食店创业计划书篇七

1、 公司注册。按连锁企业的标准登记设立有限公司，确定公司的名称和品牌名称。

2、注册商标。设计公司的标志、标准字、标准色，并进行注册。

3、技术配方。确定产品的品类，形成自有的技术配方。

4、分店数量。确定第一次进入市场分店的数量。

5、分店形式。确定熟食店的形式，一种形式进入还是多种形式进入。

6、机械设备。确定所需的机械设备，如自控温电炸炉，微电脑程控电卤机，立式不锈钢碳烤炉，不锈钢卤桶，食品架，保温炉，保鲜柜等。

7、供应渠道。选择原材料供应商或采购渠道，确定供应渠道。

8、人员配置。确定人员需求，并招聘到位。

9、员工培训。人员到位后，必须进行上岗培训。

10、物流配送。确定如何进行分店的物流配送，如配送方式、配送时间和配送路线等。

11、装修风格。在确定公司的标志、标准色的前提下确定连锁店的形象识别，形成连锁店统一的装修风格。

12、广告宣传。确定公司开业的广告宣传策略，形成系统的策划方案。

七、选址[\_TAG\_h3]熟食店创业计划书篇八

1、人力资源管理。制定清晰的组织架构和人力资源岗位配置计划，建立人员招聘、培训和管理制度。

2、财务管理。主要是分店的收银管理，配置pos收银机，方便管理和控制资金流。

3、售点现场管理。服务人员的安排，营业时间，轮班制度，现场操作规范，物料摆放，食品摆放、制作、包装等的管理和控制。

4、制作工场生产流程。对原材料采购安排，原材料初加工、配料调配、制作工序、包装配送等进行规范管理。

5、销售和采购计划。分店提供每天的销售计划、商品组合计划等根据销售情况，合理采购。

6、物流配送。合理设计连锁店的配送计划，确保食品流通及时。

7、清洁卫生标准。制定售点和制作工场的卫生制度，并进行日常管理。

8、销售管理。现场销售管理规范，对组织客户的销售管理以及不同类型店的销售管理。

9、扩张。制定发展目标，如到xx年，分店数量达到xx家市场计划，进入xx区域市场并确定区域市场的扩张策略。

10、连锁管理。建立规范的连锁经营制度，统筹企业的整体运营管理，包括企业的总体战略、战略经营单位策略、营销管理制度、各分店的日常管理等。

了解更多创业策划书信息请点此链接

**熟食店创业计划书篇九**

1、门面装修

连锁店的整体形象必须和企业的市场定位和品牌形象相一致、能清晰表明连锁店的经营范围。

2、店堂布置

店堂布置必须整齐、清洁、卫生，色彩明快、灯光明亮、和谐，能衬托出食品的色、香、味，营造温馨的购物环境。

3、广告标牌

4、pop吊旗

5、宣传海报

充分营造了店面的购物气氛，宣传了公司的产品，体现了公司的品牌形象。

6、销售人员服饰

统一的服装、统一的的文明用语，能给消费者高服务质量的认知。

7、工作牌

8、胸卡

9、手提袋、塑料袋

10、包装盒

精美的包装，能体现商品的价值，并且容易携带。

11、销售单据、产品目录卡等

促销或正常销售期使用，容易被消费者识别，起起到很好的广告宣传效果。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找