# 米粉营销设计论文范文通用9篇

来源：网络 作者：独酌月影 更新时间：2024-11-26

*米粉营销设计论文范文 第一篇桂林米粉店创业计划书.1项目创想桂林米粉是桂林当地的特色食品，有着悠久的历史。桂林米粉产生于秦代，在桂林米粉文化中有许多现象佐证：笔者在桂林米粉文化艺术馆看到的最原始的米粉压榨机，上面的“离合器”完完全全就是秦时...*

**米粉营销设计论文范文 第一篇**

桂林米粉店创业计划书

.1项目创想

桂林米粉是桂林当地的特色食品，有着悠久的历史。桂林米粉产生于秦代，在桂林米粉文化中有许多现象佐证：笔者在桂林米粉文化艺术馆看到的最原始的米粉压榨机，上面的“离合器”完完全全就是秦时的农具“耒”的形象；相传，过去卖“担担米粉”的小贩都是穿着木板鞋上街的，木板鞋在石板路上发出的响声，就象是小贩在叫唤“米粉、米粉”的有声广告。而木板鞋正是秦时履的一种；当年兴安一带参加过开凿灵渠的瑶族民工，以本民族口传记事的习惯记录下来，说米粉是瑶族同胞制作出来的，这就与当年秦军伙夫制作的史实有了内在的联系，而且当年瑶族同胞煮马肉米粉的马头火锅，与如今出土的秦代兵马俑造型何等相似！桂林米粉到了清代和民国年间，可谓发展到了鼎盛时期。但随着改革开放，各种洋快餐进入中国，给中国的传统小吃以集团式的打击。由于中国传统小吃主要以高度独立的小个体独立经营，所以很难对洋快餐给予有力回击。基于这样的原因，发扬传统小吃的想法应运而生。

随着时代的发展，人们经济收入的提高，消费观念的转变，休闲类食品不仅种类越来越多，并且产品结构也向着风味型、营养型、享受型甚至功能型的方向发展。由于时代的变化，桂林米粉也迎来了新的机遇与挑战。只有在保持传统的基础上，大胆的创新才能让桂林米粉等传统食品焕发生机。

.2小店概述

正星桂林米粉成立于XXX年10月份，是一个经营桂林米粉的专业店铺。

正星桂林米粉为大学生自主创业品牌，进行小成本投资，做的是营养均衡，休闲的，营养的桂林传统食品，面向广大的中低档消费者群体。

2.市场调查分析

流行趋势

随着时光的流转，仅在中国的大江南产都可见桂林米粉，只是一种小吃的名字，而是当前桂林旅游文化的标志性符号之一，是解读桂林这座城市的具体表象，是与桂林地方历史相匹配的文化资源，是具有厚重、深邃的历史文化根基的传承。

桂林的美食在全国可是有口皆碑的，地方风味独具特色，集酸辣的湘菜和清淡的粤菜风味于一体，桂林人的家常小炒受湘菜影响比较大，几乎餐餐离不开酸辣，餐馆自然也以适应桂林人的口味为首选。当然随着旅游业的不断发展，餐饮的种类也越来越多，淮扬菜、闽南菜、潮州菜、西北地方菜、广西少数民族风味菜等也在桂林形成了气候。

行业现状

桂林米粉店行业概况，桂林不仅山水甲天下,桂林米粉也是四海闻名的！甲天下桂林米粉在南方更是家喻户晓的美食门店，据说麦当劳当初放弃桂林市场的原因就是认为桂林米粉这一中式快餐已经占据了桂林快餐市场的大半壁江山了，而且价格便宜。我国在南北各地，喜欢吃米粉类制品的人群达到5亿以上。在冬季，吃上一碗热气腾腾的桂林米粉，能让您在寒冷的冬天也能畅快淋漓，祛出一身的疲乏。甲天下桂林米粉一般根据城市不同多数为5-8元区间的价格跨度，也正是因为它实惠的价格，深受居民，学生，上班族的喜爱。在学校周围，社区周边，在写字楼附近，各式美食广场，各大商圈都能看到人们前往就餐。

竞争环境分析

桂林米粉名声在外，多年来却做不大、做不强，更没有做出叫得响的品牌，这实在是桂林人的遗憾。行业：散沙格局影响整体竞争力桂林米粉名声在外，对桂林人更是影响深远，但其无论生产厂家还是饮食店，在生产、经营和管理上都各自为政。

众所周知，近几年洋快餐在我国发展十分迅速。据《食品科学》杂志调查显示，肯德基等快餐连锁店的数目以每年近20%的速度增长。XX年，其营业额是中式快餐的倍。西方饮食文化在中国的传播，丰富了人们的日常饮食，但是也给中国传统饮食造成强烈的冲击。洋快餐以其方便快捷，美味可口而倍受欢迎，但其对人们健康的危害也不容忽视。目前餐饮行业形成了一超多强的局面，洋快餐独占鳌头，导致中国传统饮食备受冷落处于低迷状态。中国的传统饮食是几千年的优秀文化沉淀，不应该忽视它，对于洋快餐，应该取其精华去其糟粕更好的丰富我们的传统饮食让国内的饮食也可以走出国门走向世界。

态势分析

SwoT分析表

S（优势）:如今桂林米粉的门店在全国遍地开花，但要论最正宗的风味，很多食客就桂林米粉。因为其追求的天然、健康食材，经过简单原始的方法烹煮后，“甲天下”的米粉吃起来清爽弹牙有

w（劣势）:餐饮产品由于地域特征、气侯环境、风俗习惯等因素的影响，会出现在原料、口味、烹调方法、饮食习惯上的不同程度的差异。正是因为这些差异，餐饮产品具有了强烈的地域性。经营市场接受程度难以预测，存在一定风险

o（机会）:人们的消费观念也发生变化，提倡营养健康食品，大多传统食品从来都是符合营养健康的这一标准

T（威胁）:市场上经营桂林米粉的商店较多，且各具特色，竞争很激烈

3.创业优势

自身优势

a、大学生创业往往对未来充满希望，有着年轻的血液、蓬勃的朝气，以及“初生牛犊不怕虎”的精神，而这些都是一个创业者应该具备的素质。

b、大学生在学校里学到了很多理论性的东西，有着较高层次的知识技能优势。知识的重要性是不言而喻的，“用智力换资本”是大学生创业的特色和必然之路。

c、大学生属于年轻一代，对流行时尚的敏感度强，可以始终走在流行的前列，和适合此类项目的创业。

政策优势

近年来，为支持大学生创业，国家各级政府出台了许多优惠政策，涉及融资、开业、税收、创业培训、创业指导等诸多方面。根据国家和各市政府的有关规定，各地区应届大学毕业生创业可享受免费风险评估、免费政策培训、无偿贷款担保及部分税费减免四项优惠政策，具体包括：

■高校毕业生（含大学专科、大学本科、研究生）从事个体经营的，自批准经营日起，1年内免交个体户登记注册费、个体户管理费、经济合同示范文本工本费等。此外，如果成立非正规企业，只需到所在区县街道进行登记，即可免税3年。

■自主创业的大学生，向银行申请开业贷款担保额度最高可为10万元，并享受贷款贴息。

4.四、资金投入及回报分析

资金——保证贷款

由父母或是亲戚的同事作担保，即可在工行、建行等金融机构获得贷款，从而较快的获取创业资金。

早期资金投放及回报情况

店面面积为15-25平米，1-2人均可，双头炉1台、厨具1套、电冰箱1台、电视机1台、消毒柜1台、制作卤水专用器具1套。店内需3~4店员，员工工资占投资额的10%左右。

留XX元用于平时经营流通。

剩下的投资用于进货。

具体费用安排如下：

（1）店面租金：1500/月

（2）设备投入

电脑一套2500元

柜台3000元

双头炉一台200元

电冰箱一台600元

消毒柜1台300元

电视机1台500元

（3）水电通讯费用

**米粉营销设计论文范文 第二篇**

社区店开店策划书

社区店开业本着一下五个原则开店。

一、引起注意：提前一周发放DM宣传单，店铺利用拱门、礼花造成声势吸引人群，时间选择在周末8:30开始利用声音优势引起居民注意。

二、产生兴趣：整理现在拥有的商品资源进行比价，商品中必须有居民常用的快消品。或是特色产品，例如：酱货、特产。

三、培养欲望：每周在商城设置会员价商品，要免费负责配送并且当前的价格要比当前超市零售价格最少低：8-10元。每周8款商品即可。在价格上要足以让社区居民有消费欲望。

四、促成行动：利用第二国民保障计划寻找固定客户群，从中找出VIP顾客引导其享受购物免药费的政策。

五、增强记忆：每两周进行一次大型地推活动，并利用地推活动进行一次居民消费习惯调查问卷，并奉送礼品增加社区店的粘合度。

关于米粉店采购合同甲方\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_身份证号码\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 地址\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_联 系方 式\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 乙方\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_身份证......

桂林米粉店创业计划书.1项目创想桂林米粉是桂林当地的特色食品，有着悠久的历史。桂林米粉产生于秦代，在桂林米粉文化中有许多现象佐证：笔者在桂林米粉文化艺术馆看到的最原始的......

满城飘香米粉店阅读答案【原文】满城飘香米粉店很多地方传说总爱扯上名人。这不，广西米粉的来历，也与秦始皇有了瓜葛，说他派兵开凿灵渠，北方人来到南方，以米当面，做成米粉以解思乡......

饥饿营销方程式：米粉店开业促销方案【玩赚餐饮圈公众平台出品】改变一条规则，就能让一家新开的米粉店，在仅仅15天的时间，抢占区域竞争对手50%的顾客店铺背景介绍： 新开的一家桂林......

20\_年院勤工助学中心元旦晚会策划书一、活动主题：轻舞飞扬 放飞梦想 辞旧迎新 继往开来二、活动目的及意义：20\_年轻轻的走到终点，20\_年即将到来，我们数着成长的脚印踩着新年延伸......

**米粉营销设计论文范文 第三篇**

米粉店创业计划书

接用手抓起卤菜(卤牛肉等)切片给顾客，酸豆角、葱花等配料直接摆在显露的地方，供人们自取，夏天很容易招蚊虫，很不卫生。很少有米粉店店长重视品牌形象，就连一些老字号也不重视自身形象，店内装修简陋，没有任何体现米粉文化的装饰，没有丝毫关于自身历史的宣传，工作人员也不统一着装，形成企业文化。许多米粉生产商都没有包装，米粉出厂时连生产厂家、生产日期和保质期都不表明。因此，很少有米粉店能做出规模，做出品牌，向外扩张者更是寥寥无几。

各自为政，缺乏整体竞争力，在生产、经营和管理上都各自为政，呈现散沙格局，缺乏整体竞争力。生意较好的米粉店店主都认为，米粉好吃与否，关键在卤水臊子的配方，如果把自己秘诀“交流”给别人，教会了别人做生意，就等于砸了自己的生意。所以，很多的米粉店老死不相往来，彼此间没有任何的交流和沟通，米粉的做法没有创新，基本上都传统的几种常见的吃法。没有长远的打算，没有交流与合作的意向。

三、发展前景

实际上，米粉加工工艺不难，可以加强对露水臊子码子的特色配置。对于卤水配方，要有保密控制，比如用总厨掌握配方，加盟店的卤水由总店配送等方式。但更要相信品牌的力量。随着市场发展，地方小吃的竞争力除了口味，也要靠品牌。长沙愈来愈多的米粉店有了品牌意识。据了解，现在长沙很多粉店的投入都在10万元以上，面积七八十甚至上百平方米，有空调，环境舒适，有的还做起了连锁经营。

米粉店创业计划书总结:把握好米粉市场、消费之偏好、预期效益，掌握正确经营方法，才能得以成功。

**米粉营销设计论文范文 第四篇**

饥饿营销方程式：米粉店开业促销方案

【玩赚餐饮圈公众平台出品】

改变一条规则，就能让一家新开的米粉店，在仅仅15天的时间，抢占区域竞争

对手50%的顾客

店铺背景介绍： 新开的一家桂林米粉店，在当区已经有3-4家桂林米粉店正在开，当地流行开业期间半价吃活动，20\_年12月份，店铺装修完毕，准备做开业活动！

促销目标： 新店开张，通过促销活动让1公里范围内的消费者，知道这家店开业，并且上门消费，首次打响名气，增加曝光度，让顾客认可本店，下次再上门消费。

促销难点： 当区已经有3-4家竞争对手，都是卖同类型的产品，而且算是客户源已经稳定。新店在这个区开业，就意味着要从这几家老店抢顾客，怎么才能抢到顾客，并且留住顾客是这家店开业促销最大的难点。

解决方案：

1、打破当地同类型米粉店开业活动认知，开业活动标语改为“开业期间买一送一“，挑战顾客的认知，形成自动传播。

2、开业时间延长化，常规的开业活动最多7天，尤其是米粉店这种小店。这家店老板开业期间在横幅上写几个大字，“开业15天，每天吃米粉，吃一碗送一碗“。

一方面，让顾客对这家店的活动感觉到不一样，容易记忆 另一方面，延长开业优惠时间，就是让顾客习惯到店里消费，15天时间，足够改变一个消费者的消费习惯。

3、产品代金券化，顾客进店消费，都是买一送一，但是不是当场送，而是吃一碗，送一张代金券，顾客在活动15天结束后，可以凭代金券免费到店里来吃。

这意味着什么？

这意味着，到店里消费的顾客，在开业结束15天之后，每个人手上至少有10张代金券，也就是顾客还有至少10次到店里消费的理由。这样前前后后差不多一个月的时间，顾客不养成到店里消费的习惯都难。

当然，这样的活动，一旦宣传面广，传播力是很恐怖的。所以，前提是，这家店的口味确实不错，要不然，活动做得越成功，你失败的越快。

4、利用微信朋友圈传播力，辅助扩大宣传。店家在店里收银台处设置一个海报：凡是开业期间到店消费的，只要在自己的微信的朋友圈分享本店开业的好消息，就可以买一送一的同时，当天半价消费。

不知道，你有没有算过一个帐，常规一个人的微信朋友圈至少有100号人，这意味着什么？

这意味着，只要有一人在朋友圈分享，就有100个人看到你的店开业的消息，如果是10个人、100个人分享呢？

这个效果，看不懂了吧！

综合上面四个方面，这家店就在短短的开业15天活动期间，抢来了竞争对少不少于50%的顾客，现在已经进入稳定经营阶段。

执行步骤： 第一步：确定开业主题：开业15天，每天吃一碗米粉送一碗，不限次数

第二步：宣传物料制作：横幅、宣传单、开业海报、X展架、倒计时牌、微信分享半价活动海报、米粉券

第三步：开业前1个星期，店面1公里范围内宣传，发宣传单，连发7天，直到开业。

第四步：店面开业倒计时牌，提前7天在店门口摆放，让顾客产生期待感

第五步：开业横幅：“开业15天，每天吃一碗米粉送一碗，不限次数”，提前三天挂在店门口，造成传播。

第六步：开业当天，请当地的花鼓队造势，鞭炮花篮全部到位，至少让当区500米范围内，都能感受到你的店开业的氛围。

第七步：店内员工引导，微信分享，半价消费。刺激顾客再次主动传播。

物料准备： 1.横幅一条 2.海报4张 展架一个 4.米粉券1万份 5.宣传单8000份 6.倒计时牌1个

宣传布局： 1.宣传单发放：

A、小区扫楼，尤其是店铺1公里范围内的小区 B、人流顺流路口截留 C、附近商家合作，将宣传单给旁边的酒店、小卖铺、超市等，帮宣传，客户资源不相冲但共享。2.微信传播：

A． 店内收银台最明显处，摆放微信转发活动优惠，引导顾客主动传播 B． 宣传单背面，宣传微信传播半价吃优惠，而且仅限微信传播者，刺激传播

点评： 之所以这方案能持续有效，是因为抓住了促销7条精髓中关键的第一条，即提升顾客的价值感。也就就是说你的活动主题能不能在第一眼让顾客让感觉到有价值，是不亏的，是赚到的，是占便宜的。只要能设计出这种感觉，其它的元素只是花而已，抓住了“价值感”的这个根本，你每一次的促销一定无往不利！

**米粉营销设计论文范文 第五篇**

文章来

源课件 w Y

K 3

米粉米线店暑期社会活动实践报告

时间就像手中的流沙，又匆匆过了一年，感觉就像是在做梦一般，但是经过一年的时间，终于可以如鱼得水般的适应了学校的生活，在这一年的时间，我收获了许多，自强自立、为人处事，也发现自己成长了许多。对待许多事情可以客观的去处理，可我的缺点依然很多，作为一名学前教育的学生，我最大的缺点就是不善交际，针对这一问题，我选择在人流量比较大的成都火车北站桥香园进行我的20\_暑期社会实践。在桥香园的实践岁月我想会成为我学生时代一段不可磨灭的记忆。

虽然只是职业中最底层的劳动者，但是，餐厅对于服务员的要求还是很高，必须要会一口流利的普通话，从小就比较喜欢语文的我，说普通话不是问题，问题是我不善交际，语言表达能力不够强，这也是我在餐厅内实习一个星期后，经理对于我的评价，做事勤快，但是，不知道该怎么运用语言，不善交际。不懂说话技巧，就针对这一问题，我选择了直接面对客人的工作，我想通过不断的与客人面对面的交流，在说话技巧方面，我肯定会有所收获的。

在上班的第一天，我还是感觉到很多的不知所措，尽管，这不是我的第一个暑期打工，但在每一个地方，在与不同的人群的相处中，总会有不同的收获，在桥香园有大学生、有才高中毕业的，也有初中毕业，有的甚至连小学都没毕业，但是已经在社会打拼多年的。学历的高低，文化的高低虽然可以反映一个人的素质，但是，在这里我发现社会经验比学历重要的多，当然，我知道，在他们中间我还是有很多的缺点的，比起他们，我差的远了，首先，我的交际范围就比他们小的多，除了在学校的同学以外，我基本上没怎么和社会上的人群打过交道，当然也就不能体会社会的那么多种种。要想在社会上有一个立足之地的话，你必须要经历很多别人没有经历过的东西，穿梭在各种形形色色的人群里，当你积累了各种的社会经验以后，你就拥有了一定的社会适应能力。

火车北站人流量比较大，在这里你可以遇见各色各样的人，说话的方言也各有不同，有时候，你只有细心的去聆听客人的话，根据他们的肢体语言、动作、神态、表情才能猜测他所需要的帮助，这方面可以很好的锻炼我的观察能力，而观察能力是作为一个教师所具备的不可缺少的能力。在这里，我可以学习到许多学校里一辈子都学不到的东西，在学校里，有什么事，老师会帮助你，而在这里，你必须靠自己，不管是什么事都要自己解决，除了自己没人可以依靠，这就是我们踏入人生的第一步，学会自强自立，更要学会孤独，学会自己面对问题，自己解决问题，而且，我们必须要学会客观处理问题，带有情绪化也是我的一个问题，我相信经过一定的学习和经历，我会慢慢的克服这个问题的。

在桥香园的日子过的很快，转眼间，在忙碌的脚步中，20\_暑期就这样过去了，而我也确实收获了许多，不管是在物质上，还是在精神上，在这里的日子，我很愉快，虽然，中间出了一点意外的插曲，不过那也是一种经历，不人生道路上不可缺少的经历，和同事们的相处很愉快，我们相互学习到了很多，是谁说的一定不要把同事当朋友的，其实，也不一定，事在人为，我很喜欢王经理，她对我们真的不错，可能是同一民族的原因，即使一句自己的语言也说不来，但她总能给我一种特殊的亲切感，我很喜欢这种感觉。作为一个学前教育的教师，如果你拥有了这样的亲切感，那你的工作效钕肯定也会有所差别。

接近暑期尾声了，在最后几天天的工作中，感觉自己少了点什么似得，就要离开和自己朝夕相处了两个月的同事们了，不能说难过但有那么一点说不出来的感觉，在这两个月的日子里里，我很感谢他们，感谢他们让我体会到了在学校里从没体会过的体验，感谢他们的都促，批评、表扬和鼓励。

就这样结束了我20\_的暑期社会实践活动。我有足够的理由相信，这会是我人生中的一大转折点，20\_暑期，我和她们一起流浪了12天，经历了很多的难忘，我也发现了我有比她们更坚韧的意志力，我坚持到了最后，尽管，一个人，就这样结束了我的20\_暑假，我很愉快，也有很多收获，在下一个社会实践活动中，我相信我会做得更好，而我也会一直坚持并珍惜以后的 每一个社会实践。以上就是本人20\_的社会实践报告！

源课件 w Y

K 3

**米粉营销设计论文范文 第六篇**

20\_ 年11 月29 日中午12 时, 小米论文范文又一轮的开放购买开始了.只用了1 分43 秒,15 万台小米2 售罄；另外的20 万台小米1S 也在13 分29 秒后售罄.

如果这次你没有抢到,论文范文稍后会通告下次开放购买的时间.总之,小米告诉你的是：你永远是有机会的,因为,小米只为发烧而生！

小米手机的热销,使它在竞争激烈的手机市场取得了巨大的成功: 在今日中国,“米粉”（小米手机爱好者）的数量大有赶超“果粉”（苹果手机爱好者）之势.除了本身论文范文的配置和性价比外,小米手机的销售方式——“饥饿营销”也功不可没.

什么是“饥饿营销”

小米成功地采用了“饥饿营销”术.小米手机采取的是和苹果手机相似但走得更远的营销方式：在“病毒式营销”当中添加“饥饿”因素,使传播速度更快,更能激发潜在消费者的购\*范文.

“饥饿营销”,是指商品提供者有意调低产量,以期达到调控供求关系、制造供不应求“假象”、维持商品较高售价和利润率,也达到维护品牌形象、提高产品附加值的目的.通俗地说,饥饿营销跟放风筝原理很类似,通过有计划的放货节奏控制,造成市面上大面积缺货的现状或假象,物以稀为贵,进而引发消费者的大规模追捧.如果同步配合适当的媒体宣传策略,能够有效带动产品销售.

饥饿营销依据的理论基础,是西方经济学的“效用理论”.“效用理论”认为,效用不同于物品的使用价值.使用价值是物品所固有的属性,由其物理或化学性质决定, 而效用则是消费者的满足感,是一个心理概念,具有主观性.在特定的时间、地点、环境,某种产品或服务满足了消费者的特定需求和满足感,这种产品或服务的价值就会被极度放大,成为消费者追逐的目标.就像在饥饿状态中呈上的馒头,它的效用在当时是平时任何山珍海味无法比拟的.

人的论文范文永远也无法得到完全满足——这就为“饥饿营销”的运用奠定了心理基础.

经济学家萨缪尔森提出的幸福公式是：幸福等于 效用/ 论文范文.从这个公式我们可以看出,一旦消费者的论文范文被拉动提升,为了保持一定的幸福水平,消费者必须从产品或服务中获得更高的效用,为满足论文范文的消费也就应运而生.这时,在市场上,卖方即享有相当的主动权.何时、何地、什么环境下为消费者提供产品或服务,无论是论文范文还是数量,卖方便拥有了更大的话语权.

“饥饿营销”术的应用

运用“饥饿营销”术一般可分三个步骤：

步骤1. 强力的宣传造势

**米粉营销设计论文范文 第七篇**

桂林米粉店创业计划书

.1 项目创想

桂林米粉是桂林当地的特色食品，有着悠久的历史。

桂林米粉产生于秦代，在桂林米粉文化中有许多现象佐

证：笔者在桂林米粉文化艺术馆看到的最原始的米粉压榨

机，上面的“离合器”完完全全就是秦时的农具“耒”的形象；相传，过去卖“担担米粉”的小贩都是穿着木板鞋

上街的，木板鞋在石板路上发出的响声，就象是小贩在叫

唤“米粉、米粉”的有声广告。而木板鞋正是秦时履的一

种；当年兴安一带参加过开凿灵渠的瑶族民工，以本民族

口传记事的习惯记录下来，说米粉是瑶族同胞制作出来的，这就与当年秦军伙夫制作的史实有了内在的联系，而

且当年瑶族同胞煮马肉米粉的马头火锅，与如今出土的秦

代兵马俑造型何等相似！桂林米粉到了清代和民国年间，可谓发展到了鼎盛时期。但随着改革开放，各种洋快餐进

入中国，给中国的传统小吃以集团式的打击。由于中国传

统小吃主要以高度独立的小个体独立经营，所以很难对洋

快餐给予有力回击。基于这样的原因，发扬传统小吃的想

法应运而生。

随着时代的发展，人们经济收入的提高，消费观念的转变，休闲类食品不仅种类越来越多，并且产品结构也向

着风味型、营养型、享受型甚至功能型的方向发展。由于时代的变化，桂林米粉也迎来了新的机遇与挑战。只有在保持传统的基础上，大胆的创新才能让桂林米粉等传统食

品焕发生机。

.2 小店概述

正星桂林米粉成立于 XXX 年 10 月份，是一个经营桂林

米粉的专业店铺。

正星桂林米粉为大学生自主创业品牌，进行小成本投

资，做的是营养均衡，休闲的，营养的桂林传统食品，面

向广大的中低档消费者群体。

2.市场调查分析

现状

流行趋势

随着时光的流转，仅在中国的大江南产都可见桂林米

粉，只是一种小吃的名字，而是当前桂林旅游文化的标志

性符号之一，是解读桂林这座城市的具体表象，是与桂林

地方历史相匹配的文化资源，是具有厚重、深邃的历史文

化根基的传承。

桂林的美食在全国可是有口皆碑的，地方风味独具特

色，集酸辣的湘菜和清淡的粤菜风味于一体，桂林人的家

常小炒受湘菜影响比较大，几乎餐餐离不开酸辣，餐馆自

然也以适应桂林人的口味为首选。当然随着旅游业的不断发展，餐饮的种类也越来越多，淮扬菜、闽南菜、潮州

菜、西北地方菜、广西少数民族风味菜等也在桂林形成了

气候。

行业现状

桂林米粉店行业概况，桂林不仅山水甲天下,桂林米粉

也是四海闻名的！甲天下桂林米粉在南方更是家喻户晓的美食门店，据说麦当劳当初放弃桂林市场的原因就是认为

桂林米粉这一中式快餐已经占据了桂林快餐市场的大半壁

江山了，而且价格便宜。我国在南北各地，喜欢吃米粉类

制品的人群达到 5 亿以上。在冬季，吃上一碗热气腾腾的桂林米粉，能让您在寒冷的冬天也能畅快淋漓，祛出一身的疲乏。甲天下桂林米粉一般根据城市不同多数为 5-8 元

区间的价格跨度，也正是因为它实惠的价格，深受居民，学生，上班族的喜爱。在学校周围，社区周边，在写字楼

附近，各式美食广场，各大商圈都能看到人们前往就餐。

竞争环境分析

桂林米粉名声在外，多年来却做不大、做不强，更没

有做出叫得响的品牌，这实在是桂林人的遗憾。行业：散

沙格局影响整体竞争力桂林米粉名声在外，对桂林人更是

影响深远，但其无论生产厂家还是饮食店，在生产、经营

和管理上都各自为政。

众 所 周 知，近 几 年 洋 快 餐 在 我 国 发 展 十 分 迅 速。据《食品科学》杂志调查显示，肯德基等快餐连锁店的数目

以每年近 20%的速度增长。XX 年，其营业额是中式快餐的 倍。西方饮食文化在中国的传播，丰富了人们的日常

饮食，但是也给中国传统饮食造成强烈的冲击。洋快餐以

其方便快捷，美味可口而倍受欢迎，但其对人们健康的危

害也不容忽视。目前餐饮行业形成了一超多强的局面，洋

快餐独占鳌头，导致中国传统饮食备受冷落处于低迷状

态。中国的传统饮食是几千年的优秀文化沉淀，不应该忽

视它，对于洋快餐，应该取其精华去其糟粕更好的丰富我们的传统饮食让国内的饮食也可以走出国门走向世界。

态势分析

SwoT 分析表

S（优势）:如今桂林米粉的门店在全国遍地开花，但

要论最正宗的风味，很多食客就桂林米粉。因为其追求的天然、健康食材，经过简单原始的方法烹煮后，“甲天下”的米粉吃起来清爽弹牙有

w（劣势）:餐饮产品由于地域特征、气侯环境、风俗

习惯等因素的影响，会出现在原料、口味、烹调方法、饮

食习惯上的不同程度的差异。正是因为这些差异，餐饮产

品具有了强烈的地域性。经营市场接受程度难以预测，存

在一定风险

o（机会）:人们的消费观念也发生变化，提倡营养健康食品，大多传统食品从来都是符合营养健康的这一标准

T（威胁）:市场上经营桂林米粉的商店较多，且各具

特色，竞争很激烈

3.创业优势

自身优势

a、大 学 生 创 业 往 往 对 未 来 充 满 希 望，有 着 年 轻 的 血

液、蓬勃的朝气，以及“初生牛犊不怕虎”的精神，而这

些都是一个创业者应该具备的素质。

b、大学生在学校里学到了很多理论性的东西，有着较

高层次的知识技能优势。知识的重要性是不言而喻的，“用

智力换资本”是大学生创业的特色和必然之路。

c、大学生属于年轻一代，对流行时尚的敏感度强，可

以始终走在流行的前列，和适合此类项目的创业。

政策优势

近年来，为支持大学生创业，国家各级政府出台了许

多优惠政策，涉及融资、开业、税收、创业培训、创业指

导等诸多方面。根据国家和各市政府的有关规定，各地区

应届大学毕业生创业可享受免费风险评估、免费政策培

训、无偿贷款担保及部分税费减免四项优惠政策，具体包

■高校毕业生（含大学专科、大学本科、研究生）从

事个体经营的，自批准经营日起，1 年内免交个体户登记注册费、个体户管理费、经济合同示范文本工本费等。此

外，如果成立非正规企业，只需到所在区县街道进行登

记，即可免税 3 年。

■自主创业的大学生，向银行申请开业贷款担保额度

最高可为 10 万元，并享受贷款贴息。

4.四、资金投入及回报分析

资金——保证贷款

由父母或是亲戚的同事作担保，即可在工行、建行等

金融机构获得贷款，从而较快的获取创业资金。

早期资金投放及回报情况

店面面积为 15-25 平米，1-2 人均可，双头炉 1 台、厨

具 1 套、电冰箱 1 台、电视机 1 台、消毒柜 1 台、制作卤

水专用器具 1 套。店内需 3~4 店员，员工工资占投资额的10%左右。

留 XX 元用于平时经营流通。

剩下的投资用于进货。

具体费用安排如下：

（1）店面租金：1500/月

（2）设备投入

电脑一套 2500 元

柜台 3000 元

双头炉一台 200 元

电冰箱一台 600 元

消毒柜 1 台 300 元

电视机 1 台 500 元

（3）水电通讯费用

**米粉营销设计论文范文 第八篇**

冰淇淋店开店策划书

想开什么?

冷饮品牌的选择?

选位置?

定位?

与规划预测?

本公司以麦当劳的经营理念为经营理念，即：品质（Q）、服务（S）、清洁（C）、价值（V）。本冰吧坚持诚信为本，顾客利益至上的经营宗旨。会时刻关注顾客需求，并以市场为导向，加快产品更新速度，从而保证我们的冰欺凌的优质与绝佳，满足人们追求个性、口味、新鲜的欲望。为顾客提供冷饮和休闲的最佳场所。

一.店面管理

店面作业管理在产品销售上要做到速度、均

一、美味，顾客进入一家餐厅，无论是这样的山珍海味，如果脱了大半天才慢慢上产品，或者是端上来的品式与过去有所差异，或者是同样的产品分量却不一样，都将引起顾客的反感，而不再上门。因此要做到速度、均

一、美味。

过去只是顾客食饱的时代已经不再，现今光靠食品是无法到达顾客云集的目的的，因为消费者越来越注重食品本事以外的附加价值---服务。所以顾客服务上要有；一致的衣服、仪容。定型的服务态度，微笑，细心的关照。

二.操作间作业管理

（1）品制作质量控制，产品制作流程主要包括原料加工、产品配份、合理制作三个程序，控制就是对产品质量、产品成本、制作规范三个流程中的操作加以检查督导，随时消除在制作中出现的一切差错，保证产品达到质量标准。

制定产品控制的标准。

现场制作过程的控制

（2）操作间成本控制

1.）建立量化标准建立加工标准 配制标准 制作标准 标准产品

2.制作过程成本控制加工过程的控制，首先对加工数量进行控制配制过程应做到凭额订单和账务员的签章认可，操作工方可配制，并由服务员将所点的产品与订单进行核对，从而相互制约，杜绝失误、重复、遗漏、错配、多配。

三.餐饮为生管理

1人员部分

身体健康检查新进人员健康检查并做到定期检查并对个人卫生做出要求，定期进行卫生教育。

2食物部分做到冷热分藏，保证食物不串味儿。先进先出，使储存的食物保持最佳的新鲜

3.场地部分对餐厅 操作间 洗手池 更衣室和卫生间设置清洁标准，使店面清洁明亮空气清新。

4.设备部分对日用设备做到用后立即清洗，不可有油污，并保持干净。对空调油烟机冰箱等设备进行定期清洗，不得有异味。

5.器皿部分 金属餐具如刀、叉、汤匙，表面不可有脱落、油污。玻璃器皿不得有破损。

6.餐饮卫生计划执行 管理监督每个人将卫生打扫好，并做到奖惩分明。

四.店铺安全管理

店面食材管理为预防食物中毒工作人员应做定期的监控检查和保持个人卫生，避免带菌者工作，保持加工场所的卫生防止鼠类和蝇蚊等昆虫侵入操作间。杜绝熟食长时间放置在室温下，应及时冷却保藏。有感冒、受伤、及咽喉炎、鼻炎的工作人员不能参与食品制做。财务管理

做好防抢、防盗、防火、防意外、防灾害的预防工作并做好相应的应急准备措施。

市场策划长期活动 短期活动

开什么店

冰淇淋市场是一个巨大的消费市场，上至老者，下至孩童无不将冰淇淋视为消暑解渴、休闲娱乐的佳品。消费者的需求和档次在不断提高，传统的超市销售、路边小摊的便利性已无法实现对这一消费群体的吸引和品牌忠诚度的建立，而以冰淇淋专卖为主要形式的“冰吧”应该是时下流行青年的时尚选择。由此而言，营造品牌文化，引导时尚消费模式，开发多样化产品不失为未来冰淇淋行业发展的一个重要方向。经过细致调研发现，淄博市张店区没有一家特色鲜明的冰淇淋店，在充分市场调研的基础上，决定开设一家特色冰淇淋店，该开店方案，打破了传统冷饮店单一性的格局。向冷饮多元化发展，它将是集冷饮店和其他休闲场所的长处取一身，具备冷饮和休闲于一体的别具一格的休闲吧。

冰淇淋加盟品牌的选择

**米粉营销设计论文范文 第九篇**

采用这种营销方式最为成功的企业,都无一例外的呈现出这一独特的传播形式：发布会—上市日期公布—等待—上市新闻报道—用户排队抢购—全线缺货.实际上前期的发布会是在对产品进行宣传,而在等待的相当长一段时间里,产品性能的宣传和广告投入是对产品品牌附加值的增值过程,然而,更具宣传力和影响力的方式则是消费者对产品的疯抢状况,消费者本身的消费行为成为产品最好的宣传. 连夜排队、大量采购、产品疯抢的热销局面,强力地刺激了潜在消费人群的购\*范文, 实现仿若“多米诺骨牌”般的带动效应.这种营销方式具有很强的影响力,倘若成功,将掀起狂热的销售大浪.

除了手机业,在中国将这种“饥饿营销”运用到极致的还有汽车和房地产行业：新款车和新楼盘用小批量推出,造成紧缺的局面.消费者要排队等候,甚至要先交钱才获“排队权”,有的还要加价销售,更有的要托人找关系才能排队提前买到.企业把即将上市或刚上市的产品作限量发售,以培育“热销”影响,待产品全面上市后可以快速销售.

值得一提的是苹果公司在中国的营销策略.iphone4s 在中国内地市场上市时,比欧美晚了90 多天,还是受到了无比热情的追捧.而精明的黄牛们,也紧紧盯上了这个好吃的苹果,雇人排队抢购.上市当天,西安一份都市报的头版上,刊登着一幅人头攒动的图片,画面上人群之间挤挤挨挨、热闹论文范文,初看还以为是春运大潮呢,但说明却分明写着——“这不是春运,抢iphone4s 呢”.苹果公司发表声明称,iphone4s 的需求超出想象,目前中国的Apple 零售店均已售罄.

由于三里屯聚集着大量人群,为确保顾客和公司员工的安全,三里屯店暂停营业,iphone4s 手机,也暂不在北京、上海销售.为此,北京的苹果销售店,还遭到了一次蛋袭.从20\_ 年iPhone4 开始到备受热捧的i p a d2,我们看到苹果产品在各地屡屡脱销的场景.苹果畅销的原因,一方面是消费者狂热的追捧,另一方面是产品的全线缺货,在这样的供需矛盾下,市场总是处于某种相对的“饥饿”状态,这有利于苹果保持其产品论文范文的稳定性,对产品升级的主导权,以及对渠道,甚至整个产业价值链的控制权.

小米手机从一开始就效仿了苹果的营销策略.

从小米手机20\_ 年9 月5 日开始首批预订到20\_ 年1 月11 日第三轮开放购买,小米手机的线上销量堪称业界奇迹：首轮开放购买三小时售出10 万部,第二轮开放购买 小时售出10 万部,第三轮开放购买9 小时售出30 万部.被“米粉”们戏称为“宇宙第一神机”的小米２手机19 日开放第二轮抢购,结果10 万台手机在２分29 秒内便被抢购一空,平均每秒售出671 台.然而细心观察后就不难发现,这款８月16 日即在北京正式发布的手机,截至11 月19 日三个月的时间里,仅仅发售了15 万台,饥饿营销手法明显.

饥饿营销的双面利刃

在实际运营中,饥饿营销是一把双刃剑.用好了,可以使原来就强势的品牌产生更大的附加值；用不好则会对品牌造成伤害,并降低其附加值.

产品本身必须得到消费者的认可,这是品牌成功推广的必要前提,否则营销再“饥饿”也徒劳.因此开发产品,需要不断探究人的论文范文,让产品的功能性利益、品牌个性、品牌形象、诉求情感都与消费者达成心理共鸣.

饥饿营销可以作为全球性的营销战略,但应针对各国不同的商情进行调整.比如在中国,中国手机市场的活跃度远远超过全球平均水平.数据显示,中国手机用户的换机周期只有美国和欧洲用户的一半,市场更新速度明显高过全球.因此在中国卖手机需要把握合理的“度”.过长的饥饿营销会使用户“饿过头”而“饥不择食”.比如,消费者长期买不到苹果产品,就让仿苹果的山寨机占了便宜.

即便消费者明知“饥饿营销”的策略,却仍会受其影响.那是因为消费者对紧俏产品蕴含着一种时尚、潮流、身份和品味的界定,因而衍生出一系列品牌的追逐者,而这部分追逐者是激活其他潜在消费者的关键,决定着饥饿营销的成败.但是一味吊高消费者的胃口,会消耗追逐者的耐性.一旦超过大家的心理底线,消费者们便会放弃对原有品牌的追逐,转而投向竞争对手的怀抱,“饥饿营销”也将就此宣告失败.

总结：本论文为您写小米营销毕业论文范文和职称论文提供相关论文参考文献，可免费下载。

小米营销平台引用文献:

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！