

（店铺管理）华莱士连锁快餐店选址知识和方法

20XX 年 XX 月

开设新店前，需要对目标市场进行比较充分的调查分析，了解目标市场人均收入水平、商品供应能力、交通运输条件、技术设施情况，以及人们的消费习惯、消费观念。据此选定目标市场，对所于的市场环境心中有数，且于未来的运营中有的放矢，争取最大的成功。快餐店定位于广大的饮食消费品群体，其定位要求于客流量、顾客购买力及消费结构、快餐店对潜于顾客的吸引程度均要具有极强的竞争力。而这些和快餐店的选址有极其密切的关系，如果选址适当，快餐店占有地利优势，就能吸引大量顾客，其运营业绩自然就会很好。

壹、目标市场情况调查

1、人口情况

根据消费者对快餐店需求的特点，需要对从人口总数、年龄结构及家庭总数和结构等方面了解所选城市的人口情况。通过对这些情况的了解，快餐店能够掌握目标市场。

人口的宏观情况，从而从中细分出快餐店的潜于目标消费群

目标市场人口总数；目标市场人口年龄结构，目标市场家庭总数及家庭结构，目标市场情况调查汇总表。

2、居民人均收入及目标消费群职业特征

通过对所选城市居民人均收入的调查分析，能够了解快餐店目标消费群的潜于购买力，从而推测出其可实现的购买力。而掌握目标消费群的职业特征，有利于快餐店有针对性地开展宣传、促销活动。

A 目标市场快餐业情况调查

B 目标市场快餐店年销售额

通过调查，了解市场快餐店消费总量及增长趋势，从而对所于市场快餐店市场潜力有壹定的把握。

快餐店消费的人群壹般分为居住人口、工作人口、流动人口三个部分，快餐店良好的运营需要正确判断这三类人的来源和数量。居住于快餐店附近的居民由于其地域性的特点，是核心商圈内基本消费者的主要来源。快餐店附近的工作人口越多，说明潜于消费者数量越多，下班之余到快餐店消费已经成为越来越多的上班族选择的生活方式，他们甚至把消费当成壹种工作压力的宣泄。因此这对于快餐店来说，是重要而庞大的目标客户群。那些于商业繁华地区和交通要道、公共场所活动的流动人口，虽然属于临时消费，但也为创造营业额做出不小的贡献。

二、商圈调查

于对市场的宏观情况进行调查了解后，仍需要对快餐店可能进入的商圈进行详细的分析，分析结果将成为快餐店的重要选址依据。

1、商圈范围： 商圈范围的大小主要受所于地交通条件的影响。

快餐店的位置以城市交通干线、主要商业区域、大的居民小区这三者的中心位置为首选，其次考虑以下三种模式：

(1): 重要交通干线 + 次要商业区域 + 少量居民。

(2): 主要商业区域 + 次要交通干线 + 少量居民。

(3): 主要居民小区 + 次要商业区域 + 次要城市街道。

2、快餐店商圈类型

选址所选择的不仅仅是店址，而且仍有商圈的确定，因为它表明了未来快餐店所进行销售的空间范围，以及该快餐店吸引顾客的区域范围。

商圈由基本商圈、次级商圈和边缘商圈组成。其中基本商圈是指接近快餐店且拥

有高密度消费者群的区域，基本商圈的范围约 0—800 米，通常快餐店 50-70 % 的顾客来自基本商圈。次级商圈的范围约 800—2000 米，顾客占 15-25 %，其余的为边缘商圈的顾客。就销售额来说，基本商圈壹般占 60-70 % 的销售额，次级商圈壹般产生 20 % 的销售额，边缘商圈是 2000 米以外的范围，仅占快餐店日常销售额的 10-15 %。

商圈类型主要有：居民区、商业区、办公区、学生区、工业区及综合区等。考虑到快餐产品特性及店铺租金成本等因素，快餐店应选择于商业区、办公区、居民区、学生区。

A 商业区选址

选择于商场或商业大厦周边开快餐店。这些地方购人群广泛，客源也相对丰富。虽然这些人群是以购物为主，但也有壹部分人需要休闲和就餐。针对有些顾客购物时间紧迫，但他们追求就餐环境卫生、洁净、舒适，喜欢菜的内容新、奇、特，以及时髦的创新品种，且且有可选性。于用餐方法上要求简单，时间上求壹个“快”字。所以这种商业区适合开西式快餐。商业区的租金相对其余几个比较高，可是人流量也相对应的高，消费时段比较平均。

B 办公区选址

所谓办公区是指 XX 公司办公楼、写字楼等，潜于客源主要是白领阶层，经济实力较为丰厚，壹般用餐消费不太注意价格，但很关注饭菜的质量。办公区的租金相对于商业区来说较为便宜，消费者主要来源于附近的上班族，消费水平较高，消费时段比较集中。

C 居民区选址

于居民住宅群和新建小区运营快餐店。快餐店环境要干净明快，运营的品种应多

样化。于居民小区选址开快餐店，应按照当地政府部门的要求去办。注意厨房的排烟以及噪音等可能给居民带来的生活不便，于选址时就应照章办事，以适应环保的有关规定。居民区的租金相对便宜，消费者多数是附近的居民，开业后快餐店要迅速建立良好的口碑。

D 学生区选址

于大学院校内部或周边地区选址开快餐，也会有可观的经济效益。因为除了学生寒暑假期间以外，快餐店的运营不会出现什么旺季和淡季之分，较为平稳，有壹定的规律。快餐店运营应注意以下方面：壹是开办快餐店不要距离校园太远，快餐店的营业面积相对应宽敞而明亮，装修虽不豪华但要得体。二是供应品种应广泛多样，应有尽有，以满足学生的不同需求。三是快餐店的营业时间应适当延长。适合 7：-12：00 营业时间长的快餐店，使他们不受用餐时间的限制。

3、快餐店前期开发要考虑的具体要素

快餐成功和否，店址的选择非常重要。如果店址选择得当，客流质量和数量自然比较理想；反之，如这壹个店营业额不佳外，整个体系的声誉均可能因此受到影响。因而，依据商圈调查结果，结合快餐店的特点进行店址选择会增加开店的成功率。无论是商业区、办公区、居民区、学生区，于选址时，均需要特别注意以下特征和要素：

A. 市场规划

区域规划往往会涉及到建筑的拆迁和重建，如果未经分析，快餐店就盲目上马，于成本收回之前就遇到了拆迁，这家快餐店无疑会蒙受损失，或者失去了原有的地理优势，所以于确定快餐店位置之前，壹定要向有关部门进行咨询。

B. 市场经济

注意收集和评估周围商业快速增长地区的数据，这些主要靠掌握不同类型的各地区的商业发展的方向来完成。近年来的经济增长的模式是显而易见的。

C.租金

拥有许多令人满意的特征的潜于位置可能会因为过多的费用而从议题中被去除。地价的总的费用中是逐渐上涨的。这是于可行性分析的财政部分中被评估的壹个因素。

D.规模和外观

快餐店的潜于容量大到能够容纳足够的空间给建筑物、停车场和其他的必要设施。快餐店位置的地面形状以长方形，正方形为好。三角形或多边形除非它非常大，否则是不足取的，因为长方形和正方形的土地利用率较高。于对地点的规模和外观进行评估时也要考虑到未来消费的可能。

E.交通情况

关于目标市场的街道交通信息第壹从公路系统和当地政府机关获得，第二能够选取壹天中有意义的样本数据作为参考。交通情况的计算往往于中午、周末的晚上和星期天。于壹段时间内统计的数据应去除那些带有偏差的结果。晚餐时间的统计可能会由于靠使用长期车票的人的交通产生很大的影响。

人流量是指车辆的通行情况和行人的多少。人流量往往意味着客源。当然客源绝不等同于交通的频繁程度。因为有的地区尽管交通频繁，可是旅客均没有购买的机会或欲望。

F.快餐店可见度

快餐店可见度是指快餐店位置的明显程度，无论顾客从哪个角度见，均能够获得对快餐店的感知。快餐店可见度是由从各地驾车或徒步旅行来进行评估，快餐店

的可见度往往会影响到快餐店的吸引力。

G.地点特性

地点特性显示出和活动关联的位置。要考虑和购物中心、商业区、娱乐区的距离和方向。这些地区往往于距离快餐店 800m 以外的地方，仍能对快餐店的推销产生影响。

H.街道分析

a 连接俩条繁华商业街之间的街道，只要其宽度于 8 到 25 米之间，则十有八九也是人潮涌动的好地段，能够考虑开店，如能争取到于俩条繁华商业街中的广告位，就更好了。

b 壹条商业街，如果其宽度超过 13 米，则俩边的繁华程度是不壹样的，这和朝向（东优于西，南优于北），同入流量大的商业街，住宅区的距离（距离短，易达性好的为优），停车位（停车位多，停车方便的为优），物业情况（楼龄短，有壹定建筑风格为优），运营方式均很有关系。

c 壹条繁华街道，往往入口和出口较为繁华，租金比街道中间位置高不少。但人群流动比较快（因为有些人购物完毕急于离开，或匆匆进入购买所需的商品，或急于停车），以运营休闲食品为主的餐饮店，不壹定非要开于这些位置，而付出很高的租金。街道中间地带，虽入人的密度较小，可是有些人往往是反复往返选择商品，所以同样是好的选择。但必须承认入口和出口地带可视性较强，交通便利，餐饮店所需货物和垃圾的运输更为方便。

d 壹条繁华街道，俩个路灯之间的人往往不如俩个路灯下的人多。

e 壹条街道中，过街天桥，地下隧道，地铁站的出入口处是好位，不过出口处的位置比入口处位置要好。

f 壹条街道，靠近大型购物中心，超市的位置是好位。

g 靠近停车场的位置是好位。坡度低的位置优于坡度高的位置。

h 如果无法承受繁华商业街的租金，或者是没有可选的位置了，二层和负壹层均是能够考虑的，但必须有独立的壹层楼道和入口，且争取尽可能多的广告位，如果负壹层和二层可提供同样面积和效果的广告位，而负二层又没有连接大型购物中心，卖场。而二层的租金又远高于负壹层，则宁可选择负壹层，因为人类的纵向动线，往往是习惯于向下运动。

i 繁华街道其支路的拐角处也是可选位置，租金较低，但必须可设广告位。

I 水电供应

水、电、天然气等运营必需具备的基本条件。基本的标准是“三通壹平”。如果这壹最基本的条件尚未达到，那么，这壹位置是不能选的。于这些因素中，水的质量尤为重要。因为，水质的好坏直接关系到烹调的效果。

J. 市政条件

保安和防火，垃圾废物处理和其他所需的服务者包括于这个因素里。目标市场所需服务的设施、费用和质量均是应该被评估的，这些信息可从当地政府中获得。

K. 竞争环境

了解餐馆所于城市的餐饮业市场竞争环境，目的是为了于知彼知己的情况下，制定新建快餐店的可行性方案。快餐店壹定要分析目标市场的饱和度，餐厅于聚合选址时壹定要避免于已经饱和的区域选址，否则恶性竞争是不可避免的。

a 从地理条件上去选择，应选择竞争最小的地点，即远离竞争对手去建立自己的市场。若能找到独占壹方的地点，这是最理想的。

b 若找不到远离竞争对手、独霸壹方的理想地点，那么，找壹个最弱的竞争

对手，于它附近落脚。应注意对方的弱点所于，如果对方的弱点是由客观条件造成的、不易改进的（例如座位太少、无酒牌，或厨房面积狭小难应付搞生意量等等），则最为有利。因为壹旦竞争加强，对方也会想法改善不足。

c 选择壹个地点，使新餐馆的运营模式于附近同行中独树一帜、风格独特，以此增强您餐馆的竞争力。

d 寻找市场潜力最佳的地点，不介意竞争对手的存于，以雄厚的实力、绝对的优势，进驻后成为当地的第壹。

编后话：

您好，稿件经过几天的时间，终于完成了。

我大学四年学的就是餐饮管理，曾经于真功夫、麦当劳、湘鄂情等餐饮企业任职，经过餐饮企业巨头的锻炼，自己对快餐行业也有壹些独特经验和见解，本人也志立于餐饮行业立足。

这篇稿件也是参考了真功夫、湘鄂情等选址的要点，结合自己的所学知识和华莱士的特性完成的。

希望你满意！

如需修改，请联系电话： 13269229396Q ：983066133 或发送站内信。