

# 南海食街的营销策划书



小组成员：

蔡丽莹、陈惠芬、陈桔琼、陈嘉平  
陈庆轩、陈淑欢、陈梓棉、邓俊

# 目录

一、 企业介绍.....	3
二、 市场分析.....	4
1. 行业的发展现状.....	4
2. 发展趋势.....	5
3. 发展机遇与挑战.....	5
三、 SWOT 分析.....	7
四、 STP（目标）.....	9
1. 市场细分.....	9
2. 目标市场.....	10
3. 市场定位.....	10
五、 4P 策划.....	11
1. 产品策略.....	11
2. 定价策略.....	12
3. 促销策略.....	13
4. 分销策略.....	14
六、 营销计划.....	15
七、 预算评估.....	16
1. 预算.....	16

2. 评估.....16

八、 小结.....17

## 1、 企业介绍

广州市从化南海食街饮食实业有限公司位于广州市从化江浦街环市东路 138 号，本公司于一九九六年成立，现是国家五钻级酒家股份有限公司，餐厅建筑面积 1 万多平方米，营业面积 7600 平方米，可容纳 2500 人同时就餐，配有停车场，共有车位 450 个。

南海食街饮食实是一间比较大型的食府，如今企业在不断完善和不断壮大中，从 2006 年起改建了一座园林式的酒家，皆是青砖青瓦的仿古园林式建筑，既古朴又大方。回廊环绕的空地，有植草、有立石、有栽种竹、还有鱼池，错落有致，布局合理，无丝毫凑和之痕迹，通常客人们一边吃饭，一边欣赏自然中既清静，又休闲的环境，给人一种清新的自然美感。

南海食街以品种多，上菜速度快为特色，提倡“亲切服务”为宗旨，甚至还有你想不到的天天特价菜，所以南海食街都为你度身订造，值得您高兴而来，满意而归。

## 2、 市场分析

随着人民生活水平的不断提高，社会消费需求随之发生了重大变化，特别在“吃”的方面，要求越来越高，希望常吃常新，吃出品位，吃出文化，吃出健康。为了适应这一变化，餐饮企业尤其是诸多中式正餐店采取了一系列措施，改变传统经营方式，加快了现代餐饮业的发展步伐。

### 1. 行业的发展现状

(1) 结构调整进展较快；国有经济占市场主体的格局被打破，出现多元化投资，民营和私营投资成为主力。

(2) 以节造市，以市促销；举办的各种美食节，其目的是以节造市，以市促销，弘扬美食文化，推动餐饮业的发展。

(3) 假日餐饮，频掀热潮；春节、“五.一”、“十.一”三个“黄金周”期间，国内旅游、客房预订、餐饮消费一再掀起热潮，给餐饮业带来无限商机。

(4) 地方菜系，异军突起；挖掘、整理、发展地方新菜系，研发、创新了许多极具特色的名菜肴，并利用

各种美食节进行推介。旅游者每到一地，必然要尝地方风味菜肴，这是地方菜系发展较快的重要原因。

## 2. 发展趋势

从目前从化市餐饮市场的总体发展情况来看，可以肯定，餐饮业仍然具有很大的发展空间，预计未来几年，全市餐饮业总体发展水平将进一步提高，餐饮业将保持国内消费需求市场中增长幅度最高、发展速度最快的行业之一。品牌化发展、大众化发展、创新化发展、绿色化发展、商务化发展、休闲化发展、产业化发展是从化市餐饮业未来的发展趋势。

## 3. 发展机遇与挑战

现阶段，从化餐饮业正面临着良好的发展机遇。

(1) 国内消费需求扩大为餐饮业发展提供了广阔的空间。扩大内需，促进消费是当前和未来一段时期内我国经济工作的主线和努力方向。餐饮消费巨大的增长潜力及其对于农业、食品加工业等相关产业的带动作用，使其成为扩大消费的重要方面；在从化市进一步贯彻落实“三促进一保持”部署，积极拉动内需，扩大消费的带动下，从化餐饮业发展前景广阔。

(2) 国家加快现代服务业发展战略为从化餐饮业发展带来新的机遇。餐饮业是服务行业中与人民群众生活密切相关、市场化程度最高、发展速度最快的行业之一，也是吸纳就业的重要渠道，加快现代服务业发展必将有力推进餐饮业发展。

(3) 消费升级为餐饮业发展带来了新的生机。从化经济经过多年的持续增长，已进入新的发展阶段，经济规模持续攀升，产业升级和城市化进程明显加快，城镇居民可支配收入不断增加，生活质量大大提高，消费提档升级，餐饮美食需求稳步上升，餐饮业发展的内在推动力不断强化。

(4) 旅游市场的旺盛带动餐饮市场的繁荣。从化经过近几年以来的快速发展，已初步形成较为完备的“吃、住、行、游、购、娱”的旅游体系，打造了较为鲜明的“温泉之都，生态从化”的旅游整体形象。据不完全统计，全市有各类旅游接待场所 600 多家，其中设施较完善的宾馆饭店有 50 多家。到 2015 年，全市拥有三星级以上酒店达到 38 家以上，其中，四星级酒店达到 7 家以上，努力实现五星级酒店和 5A 级景区零的突破。旅游发展环境更加优越，城市旅游功能，旅游服务体系更加完善，城市旅游形象明显凸显，生态旅游、商务旅游、温泉度假旅游等品牌具有国际化、高

端化水平并享誉国际，旅游环境更加优化，行业管理和服务水平大幅度提升，建设成珠三角最宜居生态城市。从化旅游业的旺盛将直接带动餐饮业市场的繁荣。但从化餐饮业的发展上也面临着一定的挑战。

(1) 与广州市其他区、市相比，从化经济总量偏小，总体消费水平不高，商务、旅游、文化发展对从化餐饮业支撑力还显不足；

(2) 城乡二元结构矛盾仍较突出，城乡居民消费差距进一步扩大，广大农村消费水平较为低下制约着从化餐饮业的发展；

(3) 从化与广州市天河、黄埔等都市大商圈相比，在餐饮业总体规模、人均餐饮消费、外来消费比重、菜系菜品丰富程度、餐饮业人才资源及营销推广方式等方面还有相当差距。

### 3、 SWOT 分析

#### ✦ 优势 S

##### 1、环境设施：

①整体设计古朴又大方：南海食街是一座园林式酒家，曲径回廊，古色古香，仿古园林建筑。

②就餐环境好且宽敞：内设 62 间豪华厢房及一个

1500 平方米的大厅，大厅可同时容纳 1200 人就餐。

## 2、品牌经营：

①承揽寿宴、婚宴、生日宴等大型宴会、酒会等以产生品牌效应。

②节假日期间举办各类活动回馈消费者以打响品牌。

## 3、人力资源：

①运用 6p 管理法。

②员工衣着比较统一、正式。

## 4、菜式

菜色种类丰富（豪华菜式、海鲜、特色农家菜）

## 5、客流量多：临近城建学院，和从化汽车站

### + 劣势 W

1.员工素质水平较低：随着近年来服务人员缺口的拉大，从而逐步放宽了相应的招聘条件，很多为了生活而工作的人趁机而入，致使队伍的整体素质参差不齐。

2、信息沟通系统不完善：无法满足客户的需要

3、地理位置：位于从化化 105 国道小海桥边，有少许偏僻。

4、卫生间比较偏僻，并且女厕不够。

### + 机会 O

1、大型活动的举办：

许多政、商会议、交流会的举办，比如：经贸洽谈会、

旅游文化节等，会选择较大型的就餐地方。

## 2、各项优惠政策的出台

从化为打造旅游城市，提出振兴旅游业的优惠政策，从而吸引外地游客。

## + 威胁 T

1、周边各食肆餐厅不断增多：新兴餐厅食肆的目标市场定位准确，地理位置优越，基础设施更具全，提出更多打折优惠。

2、针锋相对式的营销策略：针锋相对式的营销策略势必成为后起之秀最好的参照物，在僧多粥少的情况下，强劲的竞争者将采取针锋相对的营销策略，不单在开发新客户时推出层出不穷的优惠方案，还会将忠诚度较高成熟客户视为其挖掘对象。

3、相对落后的城市内部交通：交通不够发达。

4、物价上涨导致的经营成本提高：近年来经济危机时有发生，通货膨胀物价不断上涨，各项经营成本递增。

## 4、 STP（目标）

### 1. 市场细分

从地理位置来说，南海食街可谓占据地利人和，不远处 200 米有个从化汽车站，许多游客如若光临从化，绝大部分都会来南海食街品味从化当地的美食佳肴。而大概 50 米的地方又有个城建职业学院，由于学院人数众多，所以有许多学生经常会光顾南海食街。再加上南海食街附近有许多商家，所以说南海食街的消费群体男女老少皆有的不足为奇。

### 2. 目标市场

主要目标市场：情侣、学生团体、旅游团、周边街坊

学生团体市场：包括社团、学生会聚会和生日派对等等。

情侣市场：由于地理位置和价格等优势，吸引情侣学生来此消费

旅游团市场：许多游客光临从化，并来此品尝美味佳肴。

周边街坊市场：学校内的职工和周边街坊来这里举办

各种宴会。

### 3. 市场定位

#### 1) 产品差异化

公司以品种多，上菜速度快为特色，一百种海鲜，三百款菜式任君选择，并满足顾客的不同需求，增加顾客满意度。从豪华团的餐标到物美价廉乡村农家菜的标餐甚至平到您想不到的天天特价菜等，都是为顾客量身打造，直到您高兴而来，满意而归。

#### 2) 服务差异化

南海食街，凝聚了从化地区博大精深的风味特色，孜孜不倦地探索和追求，提倡“亲情服务”为宗旨，自开业以来，受到同行及大众食家的好评！南海食街实行“五常法”经营的管理模式，力求为客人提供高雅的环境、优质的出品和亲情的服务。

#### 3) 人员差异化

本公司的服务员统一服装并且经过培训，给顾客一个整洁、干净的印象。

## 5、 4P 策划

### 1. 产品策略

南海食街的王牌产品：“七星烧鸭”（是从化唯一通过 QS 认证的烧鸭）、“五指香鸡”做法独特、香气诱人、营养丰富、食用方便、信受顾客青睐，是居家、旅游、送礼之佳品，成为人们餐桌上必不可少的美味佳肴。菜式种类多，有 300 款菜式任君选择，有海鲜品种有一百种，从豪华团的餐标到物美价廉乡村农家菜的标餐。甚至顾客想不到的天天特价菜等。

我们餐饮秉承“亲情服务”宗旨，重视顾客的需求，为此我们强化员工的服务意识，提高员工工作素质，为顾客提供优质的服务态度，不但满足顾客对菜式的需求，也最大限度满足顾客的要求。

### 2. 定价策略

我们以成本为中心的定价策略，以产生稳定的利润和生存与发展的环境，所以我们会以保持稳定为目标。以免影响产品的销售量或引起竞争对手采用报复

价格，由此引发价格大战。

在市场环境等因素基本稳定的情况下，我们采取成本加成定价法，这样可以保证获得预期的利润。

在以成本为中心的定价策略，我们会参考同行业的产品价格，防止产品价格与同行相差过高，采取随行就市定价法。

当我们推出新产品的时候，我们会采取适宜定价法，在短期内收回投资，实现目标利润。

为了迎合顾客的求廉心理，部分菜式我们会采取尾数定价策略，吸引顾客的消费。

### 3. 促销策略

为了使南海食街的生意更加蒸蒸日上，我们制定了以下几点策略：

1. 可在从化汽车站附近多做些广告，让来从化游玩的旅客更多的了解南海食街，进而来光顾；
2. 针对于老师和学生群体，我们可推出一系列学生套餐，并可以凭学生证打9折，让广大师生享受更好的优惠；
3. 我们可设专用车接送，让住在远处的消费者能够更加方便来到南海食街；

4. 员工要进行专业的培训，要教员工时刻保持礼貌和专注，这样才能尽量避免在服务过程中因一些琐碎事而影响消费者的心情，要让每个进来的消费者感觉到家的温暖，让他们觉得每一分钱都花得物有所值。
5. 顾客每次消费完，及时向顾客了解新菜的效果，以提供依据不断改善菜肴的品质，使顾客享受到热情的服务和优质的产品。
6. 完善检查制度，当发生意外事情的时候，听取公众的意见，并进行必要的沟通，维护公司的信誉和形象。
7. 完善公司制度，提高员工的工作积极性。
8. 店里面印制一些精美菜式目录单，上有我们店的位置、电话号码、开餐时间、各式特色菜点的介绍等内容的精美宣传册，特制一些可让宾客带走以作留念的“迷你菜单”，各种图文并茂、小巧玲珑的“天天特价菜”等将它们放置于餐厅的门口，或者前厅服务台等处，供宾客取阅。
9. 服务员在顾客点餐前向其推广本店的菜点，并用礼貌的态度、娴熟高超的服务技巧、恰当的语言艺术，向顾客推销本店的产品。

10. 在新浪网登广告，我们将针对网络媒体以及宣传效益，建立属于本店的网站、博客以及微博市场调研，降低服务成本，提高公司的知名度。

#### 4. 分销策略

由于我们的产品是餐饮，价格稍高，不宜搬运，并且价格固定，因此我们采用直接对消费者销售，无需中间环节，也节约了一些资金。

## 6、 营销计划

营销目标和目的：

随着旅游资源的不断开发，旅游度假区建设步伐的加快，我们营销计划的目标是，通过实施营销计划，积极打造从化市的特色旅游餐饮品牌，提升地区知名度

市场定位：中高档饭店

从化属于广州的郊区，消费水平不是很高，不过旅游前景宽广（从化是世界闻名的温泉之乡，地热资源非常丰富。从化是“荔枝王国”，是著名的荔枝之乡，

全国荔枝生产基地之一) 加上大学较多, 是从化有不错的消费群体, 所以我们将市场定位在中高档饭店, 服务对象多为大师生, 旅客等

## 计划

对于海南食街未来的发展, 我们制定以下计划, 宣传重点放在旅游团和学校, 一方面加强海南食街在从化与旅游和特产的联系性, 另一方面提高吸引本地大学师生的吸引力, 进一步打开市场。

产品: 产品上较长的一段时间内满足消费群体的需求, 如果有需要, 可以进行改动。

## 渠道和促销策略:

- 1、在旅游方面可以加大宣传, 与旅游团合作, 加强宣传力度, 提高经济效益。
- 2、与一些网络宣传营销的公司合作, 为海南食街进行宣传, 一方面宣传公司的专业性较高, 效益较大, 另一方面在宣传上也可以节省一点的费用, 避免自己由于经验不足而导致宣传费用的提高。
- 3、另一方面在各校也可以进行宣传, 节假如能推行优惠措施, 刺激消费, 提高知名度的同时带来经济效益, 是不错的选择, 可以优先考虑。
- 4、节假日等各种节日的优惠的信息都能得到传递, 保证消费者能收到, 可以多利用微博, 微信的网上工具,

海报，宣传单等宣传方式。

定价：基本能满足。暂时不需要变动。

## 7、 预算评估

### 1. 预算

户外广告预算:30000 元

网络广告预算：1000 元/天

网站建设维护预算：3000 元/年

“小册子”印刷预算：8P/3000 本 1300 元/月

### 2. 评估

预估实施方案后每天大约多出 150 名客人，人均 60~70 元，按成本 40%，让利 10%，利润 50%。

按一个季度结算：

销售额： $150 \times (60 \sim 70) \times 90 = 810000 \sim 945000$ 元

成本： $810000 \sim 945000 \times 40\% = 324000 \sim 378000$ 元

利润： $810000 \sim 945000 \times 50\% = 405000 \sim 472500$ 元

方案实施后一季度的收益：

$$810000 \sim 945000 \times 50\% - 30000 - 1000 \times 90 - 3000 - 1300 \times 3 \\ = 278100 \sim 345600 \text{元}$$

## 8、 小结

系统而科学的策划，使经营不打无准备之仗；而有的放矢的策划经营，能实现常规经营不能预料的效果。经营靠智慧，成功靠策划。策划是经营管理者成功经营管理现代饭店不可缺少的能力和方法。为此也希望能够通过这次营销策划，来打造从化市的特色旅游餐饮品牌，提升地区知名度。