



**王贵仁®**  
砂 | 锅 | 麻 | 辣 | 烫

# 王贵仁砂锅麻辣烫 品牌选址开发手册

南京王贵仁品牌运营中心 选址拓展部

# 目录

## 一. 【 选址介绍】

1. 前言
2. 市场的划分参考
3. 商圈的划分
4. 店址选择标准
5. 店铺种类划分及店铺各功能区的面积标准
6. 代理商店铺开设要求

## 二. 【代理门店选址参考】

1. 选址渠道的选择
2. 选址的常用方法
3. 选址的注意事项
4. 明显不合适备选店铺的评判标准参考
5. 店铺租赁合同签约前流程

附件一： 备选店铺调查报告

附件二： 关于店铺评估的细则及选址评估分析表

# 第一章 选址介绍

## 一、【前言】

选址是开餐饮店的开端，谁都愿意选择一个生意兴隆的旺址，一个好的店铺位置意味着成功的一半，然而即使餐饮经验很丰富的人也难免会进入选址的误区，所以如何科学的选择和评估店铺是一门学问。

那究竟如何才能科学有效的选择和评估一间店铺，它是否适合经营一家餐饮小吃店呢？接下来，我们将带你一起，学习和了解如何进行店铺的选择和评估。

## 二、【市场的划分和参考】

在进行选址前，首先要对当地市场进行一个考察和分析，了解当地市场是否适合餐饮小吃快餐的经营，了解小吃快餐的市场容量，从而判断当地餐饮小吃快餐的市场空间有多大，开设店铺后是否有利可图，这点至关重要。

### 1. 市场划分依据

餐饮小吃快餐市场容量：这是开店首先考虑的因素，因此将餐饮市场大小作为划分市场的依据。

### 2. 影响餐饮小吃快餐市场容量的参数

（1）市县区人口总量：人口总量与市场的容量成正比，在同等消费水平的情况下，市县区的人口总量直接影响市场容量大小。

（2）人均消费水平：市县区人口总量相同的情况下，消费水平和市场容量成正比。

### 3. 划分方法及划分细则

划分城市等级的方法主要依据各个城市的规模大小、人口数、个人收入、消费和商业成熟度等因素。我们已将目前主要城市归为四类。（请参阅下表）

[illegible]

[illegible]

[illegible]

省份	第一等级	第二等级	第三等级	第四等级
贵州			贵阳	
云南		昆明		
陕西		西安		咸阳
甘肃			兰州	天水
				白银
青海			西宁	
宁夏			银川	
新疆			乌鲁木齐	

(注：根据每年的实际情况会更新一次城市等级分类表)



### 三 、【商圈划分】

商圈名称	商圈代号	主要描述	聚客点	主要交通方式	商圈样例
市级商圈	A	全市所有的人都会光顾的商业区。	各种零售商店,包括大型百货公司和高档专卖店. 这些聚客点相对于全市其他地区不论在数量上, 规模及品质上均显得比较大,比较高.	公交线或地铁 相当便利, 通达全市各地, 该商圈中心还有主要街道等	* 新 街 口
区级商圈	B	全区所有的人都会光顾的商业区。	一般会有中型百货公司及相当数量的零售商店.	公交线或地铁 通达整个区	* 湖 南 路
商业/ 居民区	C	商圈内有大量居民,而且也有明显的零售商业行为,主要吸引附近居民	银行,邮电局及小型,中型零售店形成的零售商业街,为当地居民服务. 有时偶而会有大型超级市场或地方性百货公司存在于此区域内.	公交线路相对较少,会有公交线通向市中心	*
居民区	D	商圈内有大量居民,但相对明显缺少商业行为.	只有小型零售或生活基本必需品的商店(小型食品店,面包房等), 有时偶尔会有大型超市或较小规模的百货商场在此区域内	基本较少,仅供居民进出	*
旅游区	T	商圈内有大型旅游点	聚客点以旅游景点为主; 其他零售店仅满足旅客需求.	基本以旅游巴士为主,但公交线路也会存在	*夫子庙

特定市场	X	商圈是一个相对独立存在的封闭区域(大型超级市场,机场,大型购物中心等)	封闭区域的本身就是主要聚客点	可能有特定线路	*万达 *苏果 *高铁站
办公商圈	CBD	商圈内有大量的办公人口	办公大楼为主,但不一定有大型百货,但通常有一些配套的中高档服装专卖店,咖啡馆及便利店	交通相当便利,偶会有地铁直达	*总店
特殊商圈	S	商圈内的人流有高度的目的性	至少有一个聚客点吸引人流(大型的公园,博物馆,广场等等)	与 A 商圈类似	* *

注：以上商圈划分仅供参考，并不涵盖所有类型城市的商圈划分

四、【店址选择标准】

在新址选择过程中，要特别注意主人流动线、能见度、可接近性与店铺格局四大重要因素。

店铺位置	能见度	接近性	店铺格局
离主要聚客点最多只有 1 分钟步行路程（如品牌不强，店址离聚客点应更近）	招牌在 75 米以外就能看到（从人流走来的方向）	可从主要道路直接进入	方正，无明显障碍物、拐角，厨房和客席区比例合理，有充足面积预留座位
最好在主要街道的拐角处，特别是在品牌不强的情况下	肉眼平视即可看到招牌	最好是从进口处就能看见柜台	
否则在主要街道的中间	面街处能有大片透明玻璃为窗（尤其是在品牌仍不够强的市场）		

注：这些标准的制定是基于过去积累的经验,我们认为每个新店都是个案,都有自身的特殊性，因此，以上标准仅供参考

五、【 店铺种类划分及店铺各功能区的面积标准】

划分方法：根据店铺的规模，装修，形象，经营管理，功能，区域作为划分依据。

- A. 旗舰店：规模大，装修布展较为高档，店面形象好，产品门类齐全。
- B. 标准店：经营面积，装修，形象布置，产品门类等达到总部公司开店要求。

功能区种类（旗舰店 100 平米，标准店 60 平米）  
营业区，选材区，收银区，厨房操作区，仓管区

店面种类	营业区	选材区	收银区	厨务区	仓管区
旗舰店	65 平米	4-5 平米	5 平米	15-20 平米	5 平米
标准店	30 平米	3-4 平米	3 平米	10-15 平米	5 平米

以上仅供参考，具体以实际店铺为准

## 六 、【代理商店铺开设要求】

### **1. 商圈至上**

所有店铺开设必须建立在商圈范围以内，代理商不可在有其他同品牌已开店代理商商圈内开设店铺（以步行 1 公里为保护范围）。

### **2. 定价统一**

代理商如在相同区域，行政区域规划面积较小的，和另外代理商区域不产生冲突，但距离较近的，需要经过总部协调统一定价，保证市场统一和稳定。

### **3. 装修统一**

代理商装修门头必须按照总部要求效果图进行装修，并加合作热线：4008737889，门头设计结束后上报总部选址拓展部门审核，审核通过后方可制作安装，内部装修可参考总部提供的内部装修效果图自行设计。

## 第二章 代理商店铺选址标准

### 一. 【选址渠道的选择】

每一个开设店铺的合作伙伴，都面临选址的问题，对于选址，大家都收集了大量的房源信息，积累了宝贵的经验，寻求信息共享，在具体操作时，主要分为以下几种选址渠道：

1. 地毯式的搜索（见如下选址标准和规范）
2. 上网寻找该城市的信息，首先了解该城市的人口分布，商圈情况，消费水平，购物习惯等等
3. 中介资源合作，例如：链家地产、同联地产
4. 综合体招商资源的合作

### 二. 【选址的常用方法】

#### （一）收集城市地图

若非当地居民，在选址之前，需要收集该城市地图，了解该城市的基本情况，道路，商业，人口等等，为后面选址带来明确的方向性。

#### （二）寻找当地常驻居民访谈

寻找当地人员的访谈，力争准确把握当地各商圈的基本情况（包括人流密集区，顾客购物习惯，商圈核心位置，商圈内主要商业等等）。

#### （三）对该城市进行实地考察

“眼见为实，耳听为虚”，代理商可通过实地考察，对当地市场进行调研，了解当地市场实际具体情况。

#### （四）设定选址的具体范围

通过各方调研，代理商要确定选址的具体范围，精确到哪条路，哪条街，便于后期选址定位的开展。

#### （五）拟定选址计划书

代理商最好要有一个详尽的选址计划书，这样更有目标性，以免在选址过程中少走弯路。

## （六）代理店铺信息收集

### A、通过网络搜寻的

- 1.收集店铺具体信息情况
- 2.报备公司选址拓展部协助核址和评估

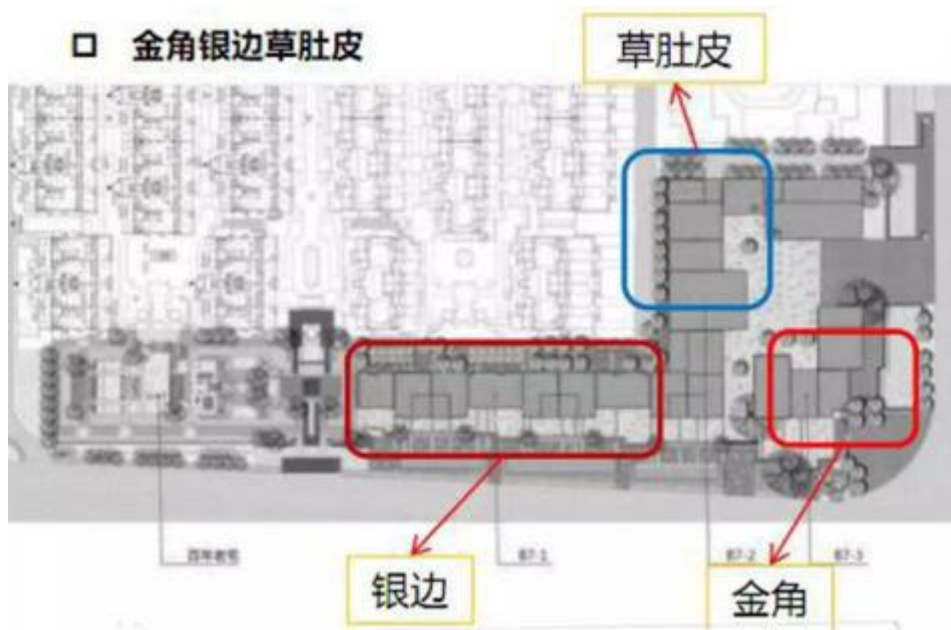
### B、代理商如何安排人员搜寻店铺

1. 组织参与人员
- 2.人员细分街区
- 3.实施搜寻
- 4.信息汇总登记统一，报备公司选址拓展部门协助核址和评估（非常重要）

（七）备选铺的接洽与上报对于每一次的选址和评估都要有记录和备案，精确到街道和门牌号

## 三. 【选址的注意事项】

### 1、忌选“草肚皮”店面



选店铺要知道店铺有金角、银边、草肚皮之说：



▲ 选址中的金角、银边、草肚皮

① 金角金角的铺位是首选，因为街角汇聚四方人流，人们立足时间长，展示面大，品牌曝光度高，因而街角商铺财气旺-KFC、星巴克等大型连锁企业都爱选这样的金角位置。

金角典型案例-星巴克（位于标注位置）



▲ 星巴克的选址位于金角这种位置展示面非常强，南面是汽车客运站，东侧南园路主干道，西侧南环主干道聚客能力强。

## ② 银边

银边是指街两端处于人流进入的端口，也是刚进入商街的客流有兴趣、有时间高密度停留的地方。

## ③ 草肚皮

草肚皮则指中间部分，因客流分散、购物兴趣下降、行走体力不支而使店铺经营困难重重；或是一头一尾都有吸引人氣的竞品，开在中间的话就是一个字死。

## 2、转让的店铺要多留心眼

转让的店铺坑很多，所以转让的店铺，要多留心眼：

（1）装让费增加的成本回收周期，要仔细测算；（2）房东是否同意转让，如果房东不同意转让就存在合同到期没法续租及房东随时收回出租权的风险；

（3）债务是否交割清楚，如会员卡怎么退费、菜款、煤气、电费等都要了解清楚；（4）证照是否齐全，营业执照、食品经营许可证、环保许可证等。现在开在居

民区很难批得出环保证，如果原来就没有环保证，那你转让下来风险就大了。居民一投诉，油烟环保局就天天找你。油烟、排油烟的噪音都是居民投诉重点，天天投诉你就不用开店了。

（5）将来转让风险，你如果是在房东不知情的情况下转让下来的，将来要转让给别人谁敢接？

## 3、跟着大佬走有饭吃

很多人有这样一个观念，跟着大牌开店准没错，如 KFC、星巴克等餐饮行业大佬，那实际的效果会否能够达到预期，我们就从以下三个方面来分析：

第一，要清晰你的消费者是谁，你能满足他们什么价值需求，客群是否和大牌重合，重合的话，你凭什么竞争力和这些大牌去抢客户？

第二，考虑位置，你肯定拿不到大牌那么好的金角位置，那是否能拿到银边那样的位置？

第三，你的资金实力或者说流动资金是否充足。这些大牌开店都有一套完整的数据分析，可能眼前不赚钱，但 2 年后周边商圈起来了它就能赚钱，别人看的是潜力，有的是资金，你是否也能养得住？

所以跟着大佬开店不能盲目，一定要明确自己的客群，自己的优势，能给目标客户创造什么价值。有一句话说的比较好：“与其更好，不如不同”，就像肯德基在一、二线城市开店时，华莱士选择了肯德基未曾进入的空白市场三四线城市，打造一片属于自己的天地。

**4、进深过深、没有停车位、停车不方便，不利于吸引顾客**

开间进深标准铺：4M x 8~12m。4M x 20M 铺进深过大，不利于销售，同时影响后续经营。人都有惰性和安全感，进深过深的店铺让人发怵，不利于吸引顾客进店。



▲ 进深过深的店铺不利于顾客光顾

另外台阶过多的店铺也是，顾客都有惰性的，要爬 7 层以上台阶的、要穿马路等都会阻碍顾客进店。店铺周边没有停车位，停车不方便都会阻碍顾客光顾。

**5、不做客流调查就盲目开店很危险**

为什么强调一定要做客流调查？因为先天的不足，后天再怎么补也是追不上的。不做客流调查分析就开店，这种盲目开店的做法是餐饮人大忌，只能说明开店人不专业，不脚踏实地。

调研时间要分早餐、中餐、晚餐、雨天、晴天，周五周六日及周一；此外，还有人群调研，店铺门前客流、有效客流（即目标消费人群有多少）、竞争品牌客群等数据调研。下表为人流测算统计表：

早上	计时点	15 分钟	1 小时
8:00-9:00			
9:00-10:00			

---

10:00-11:00

---

11:00-12:00

---

小计			
中午	计时点	15 分钟	1 小时
12:00-13:00			
13:00-14:00			
14:00-15:00			
15:00-16:00			
16:00-17:00			
17:00-18:00			
小计			
晚上	计时点	15 分钟	1 小时
18:00-19:00			
19:00-20:00			
20:00-21:00			
21:00-22:00			
小计			
总和			

注：测算时，以实际到店铺的时间为准，站在店铺的位置，对“进入”店铺位置的人员进行点数，每 **15 分钟** 为一个节点，**1 小时** 的人流可以按 **15 分钟人流量×4**

在选址上，我们要明确，首先考虑的是人流量，举例：如你的保本点在 **1000 元**，你门前通过测人流量得到的数据，客流量每天在 **10000~13000** 之间，按照全天 **3%** 的捕捉率算出实际到店人数是全天 **330** 人左右，乘以客单价 **20 元**，平均 **6600 元/天** 收入当然周末可能更高。有这样的数据支撑，才能判断我是否能在这开店，是否这样的一个门前人流量能确保我盈利

注：以上计算仅供参考

#### 四. 【明显不合适备选店铺的评判标准参考】

1. 市口：不在规划范围内的店铺（不在核心商圈，次商圈，不临主干道，消费水平低下，格局面积不达标，评估分值不达标）慎租

2. 产权：出租方非直接产权人，无转租权的不租

3. 硬件：房屋质量存在问题，房型不可改造的不租

4. 供电：无法满足供电要求的不租（三相电，380 伏）

5. 门前：主口临马路，无客流，隔离栏超过 1 公里需要绕行的，门前被高架阻挡的慎租

6. 价格：超过投资预算过大的慎租（具体测算方法详见选址评估表）

#### 五. 【租赁合同签约前流程】

##### 1. 报备核址

在和房东签订房屋租赁合同前，先要将店铺具体地址，精确到门牌号，  
（标准格式例如：总店地址：南京市秦淮区太平南路 389 号铺）发至总部选址  
拓展部门进行核址，确定同品牌代理商店铺与代理商店铺之前不存在距离冲突，  
商圈不重合，总部选址人员会开具加盖公司公章的核址确认函，收到核址成功确  
认函（或微信通知）后方可签订店铺租赁合同。

##### 2. 证照审验审验房东产权证，土地证等原件

##### 3. 租赁合同文本梳理双方洽谈人将前期洽谈的条件用文字表达出来，力求兼顾双方的利益

##### 4. 正式签约 双方达成一致，签字盖章

##### 5. 交房



清点店内设备，设施，完好状况，结清之前租户所有款项，记录代理商进  
场水电表度数

## 附件一：备选址商圈调查报告

### 一. 所处商圈状况

1. 名称：
2. 范围：
3. 平均租金水平：
4. 周围餐饮经营情况：
5. 店铺所在区位图：

### 二. 备选址周边环境

1. 备选址与最近公交站台的距离以及公交数量：
2. 备选址朝向：
3. 备选址辐射范围：
4. 场地：
5. 道路：

### 三. 备选址基本状况

1. 房屋外观情况：
2. 房屋格局：
3. 房屋面积：
4. 房屋周围环境：
5. 房屋周围人流：

## 附件二：关于店铺评估的细则及选址评估分析表

### 选址综合因素分析

1. 午市人流：
2. 晚市人流：
3. 周边餐饮经营情况：
4. 消费群体：
5. 店铺面积和格局：
6. 人均消费：
7. 租金：
8. 雇佣人员：
9. 竞争品牌情况：
10. 投资回报分析：

每日盈亏点约等于（租金/天+人员工资/天+水电煤/天）/60%=保平营业额

以上因素仅供参考

## 王贵仁砂锅麻辣烫店铺选址调查分析表

为有效的帮助您选择合适的店铺位置，请您如实填写以下内容，以便总部为您提供有效的参考意见；

所属区域：\_\_\_\_\_省\_\_\_\_\_市\_\_\_\_\_县

提交日期：

年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

提交人：\_\_\_\_\_

联系电话：

店铺区域情况	
店铺详细地址：_____。	
店铺属性： 商圈店 <input type="checkbox"/> 社区店 <input type="checkbox"/> 流通店 <input type="checkbox"/>	商圈店：机场 <input type="checkbox"/> 火车站 <input type="checkbox"/> 长途车站 <input type="checkbox"/> 短途车站 <input type="checkbox"/> 景区 <input type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/> 社区店：小区 <input type="checkbox"/> 学校 <input type="checkbox"/> 机关 <input type="checkbox"/> 工业厂矿 <input type="checkbox"/> 商超 <input type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/> 流通店：步行街 <input type="checkbox"/> 商业街 <input type="checkbox"/> Mall <input type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/> 其他情况（详细）：
店铺位于：主干道 <input type="checkbox"/> 副主干道 <input type="checkbox"/> 小巷 <input type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/>	
店铺地处：餐饮集中区 小吃集中区 其他	
商圈情况：成长期或成熟区（较新繁华区） <input type="checkbox"/> 形成区（在建） <input type="checkbox"/> 衰退期（老、旧） <input type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/>	
商圈品牌餐饮店：5 家以上 <input type="checkbox"/> 3—5 家 <input type="checkbox"/> 2—3 家 <input type="checkbox"/> 2 家 <input type="checkbox"/> 1 家 <input type="checkbox"/> 无 <input type="checkbox"/>	
商圈品牌小吃店：5 家以上 <input type="checkbox"/> 3—5 家 <input type="checkbox"/> 2—3 家 <input type="checkbox"/> 2 家 <input type="checkbox"/> 1 家 <input type="checkbox"/> 无 <input type="checkbox"/>	
商圈内的情况：写字楼_____栋；小区常住人口_____人；学校_____人；大专以上 <input type="checkbox"/> 中专 <input type="checkbox"/> 小学 <input type="checkbox"/> 景区情况：_____； 厂区规模：人；其他：	
店铺内部情况	
店前台阶：有 <input type="checkbox"/> 无 <input type="checkbox"/>	临店聚人气店：有 <input type="checkbox"/> 无 <input type="checkbox"/>
店面朝向：	店面所处：阳街 <input type="checkbox"/> 阴街 <input type="checkbox"/> （正面朝主道为阳）
店面利用率_____ %	店招可视距离：_____米
店面形状：窄 <input type="checkbox"/> 宽 <input type="checkbox"/> 方 <input type="checkbox"/> 圆 <input type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/>	店前障碍物：无 <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 主要是：
门口路灯：无 <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 距离约米	街道客流量主体靠店面一侧：是 <input type="checkbox"/> 不是 <input type="checkbox"/>
门口公交站：无 <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 距离约米	店铺面积：_____平方米
店铺区域综合情况	
店铺商圈有效辐射范围：_____米	店铺区域内有无类似产品：无 <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 家

竞争产品销售价：	竞争对手位置：
区域内小吃类产品的消费水平： 元/人	临近店铺小吃定位：同价位 <input type="checkbox"/> 高档 <input type="checkbox"/> 低档 <input type="checkbox"/>
临近店铺辅助性配套产品：无 <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> _____家	配套设施完善度：完善 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 欠缺 <input type="checkbox"/> 严重欠缺
区域人流量/日：5000 人以上 <input type="checkbox"/> 3000—5000 人 <input type="checkbox"/> 2000—3000 人 <input type="checkbox"/> 2000 人以下 <input type="checkbox"/>	
消费人群阶段：16 岁以下 <input type="checkbox"/> 16—32 岁 <input type="checkbox"/> 33—45 岁 <input type="checkbox"/> 45 岁以上 <input type="checkbox"/>	
消费人群结构：居住人群 <input type="checkbox"/> 休闲人群 <input type="checkbox"/> 上班族 <input type="checkbox"/> 短暂流通人群 <input type="checkbox"/>	
消费习惯（口味）：	购买力：强 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差 <input type="checkbox"/>
店铺每分钟人流：5 人以下 <input type="checkbox"/> 5—10 人 <input type="checkbox"/> 10—15 人 <input type="checkbox"/> 15—20 人 <input type="checkbox"/> 20 人以上 <input type="checkbox"/>	
大部分消费者出行方式：	消费者性别比例：男性 _____%，女性 _____%
人流聚集点：1、 _____ 2、 _____	
区域内有效消费时间段： 1、 _____ 2、 _____ 3、 _____ 4、 _____ 5、 _____ 6、 _____	
注：以上资料请根据实际情况填写 评估人： _____ 总部选址对接人： _____ <div style="text-align: right;">南京王贵仁品牌管理有限公司 仅供参考</div>	

南京王贵仁品牌管理有限公司  
最终解释权归公司所有



**王贵仁®**  
砂 | 锅 | 麻 | 辣 | 烫

重新定义麻辣烫

📍 地址：南京市秦淮区太平南路389号  
凤凰和睿大厦16层/17层

☎ 合作专线：400-873-7889