

七月已经结束，全国到店餐饮线上交易额比6月同期增长20.2%，餐饮烟火气持续回归。

这也给餐饮人带来了极大的信心，子然感受最深的就是最近咨询品牌升级与开店的客户逐渐增多，说明大家都对接下来的布局充满了渴望。

餐饮利润一般是多少啊？或者餐饮利润高吗？

昨天一个刚毕业的小伙子，拿着餐饮行业大部分毛利率——60%当纯利率，让子然品牌老师帮他算算如果投资300万多久能回本。听到这句话，我也只能感叹一句：人是真天真，家里也是真有钱啊！

首先一定要纠正没做过餐饮的人一个

观念：毛利率≠利率≠纯利率！

这也不是他一个人这么觉得，好多“一腔热血”想干餐饮，但是啥都不知道的小白都是这样理解的。

毛利润和利润不是一码事，不能划上等于号。

很多餐饮店老板对毛利润和利润的定义不够清晰，比如，饭店收入1000元，当天的菜品成本是600元，那利润就是400元，甚至认为毛利润就等同于利润，导致他们在调整菜品成本时出现问题。

毛利润=菜品售价-菜品原料，利润=毛利润-人工、房租、水电煤气等其他费用。

从上述两个公式可以看出，利润是最后餐饮店老板赚到手里的钱，而并非是菜品售价减去菜品原料。

像是房租，几乎都是一年一交，水电煤气费也都是一个月一交，在计算成本的时候很容易被忽略，所以好多餐饮老板再算账的时候感觉自己没有赚到钱，是因为当初菜品定价的时候没有将这些成本算进去。

菜品的价格影响着利润，但并不能决定利润。

因为影响利润的因素有很多，比如各项成本，比如消费者点餐的数量等等。所以我们想要提升利润，不能只从菜品价格上着手，还可以调整其他的因素。像是服务员适当的推荐，推出儿童套餐，提高顾客进店消费次数、调整产品结构等等。

餐饮店最忌讳“薄利多销”，原因就是薄利多销后

，单品利润降低，而人工成本没有变，人工成本利润率自然会降低。简单来说就是每天都在支付同样的人工成本，但收入降低了。人工成本利润率=(利润总额/人工成本总额)×100%。

据有关数据表明，

餐饮业80%的利润来自20%的回头客

，即忠诚粉丝；而老客户所产生的销售额是新客户的15倍以上。所以，餐饮店的重点应放在如何维护老顾客上，而并非是如何挖掘新顾客。当然，这不代表不需要挖掘新顾客，只是维护老顾客要放在第一位。

1、缩短产品线

疫情的出现，各地政府、社区对于聚会聚餐进行了管控，导致很多餐饮的堂食无法正常营业，很多门店只能通过外卖的方式进行营业，门店的整体就餐人数相对以往，都出现了不同程度的减少。

如果产品线过长的话，会分散菜品的点购率，还会因为备菜过多带来更多的食材损耗，导致食材成本增加。

餐厅要下架两类产品：滞销类产品、低利润产品。可以根据历史的销售数据，下架滞销的、单量低的产品，使效率最大化。

疫情期间，无论食材成本还是用工风险等都在增加，但如果涨价的话，可能会给顾客造成不好的感知。

所以为了保证利润，在这段期间内可以对那些低利润产品进行阶段性下架。这样做不仅能控制食材损耗，还能减少人力成本。

2、增加食材利用率

增加食材利用率是指，对于某种食材，我们通过不同工艺、做法以及菜品组合的方法，拓展出不同的菜品形式。比如土豆，我们可以做成土豆炖牛腩、酸辣土豆丝、鸡汁土豆泥等。

通过这种方式，可以在不增加过多食材成本的情况下增加菜品SKU，让整个菜单显得更丰富。

3、优化套餐结构

疫情期间大家基本不外出，所以家庭就餐属性陡增。

在这个时候，我们可以设计一些多人套餐并提高占比，在满足家庭就餐场景需求的同时，拉高整体客单价。

在设计家庭套餐时，需要考虑小孩、老人等特殊群体的用餐需求。比如套餐内的某些产品不宜过辣，口味不宜过重，要兼顾营养和好吃等等。

同时，家庭用餐的时间相对较长，除了吃饱，更多是以休闲为主，这个时候套餐里的菜品搭配应该更加丰富和多样化，多小吃和饮品。

当疫情影响不那么大时，我们再去逐渐降低多人套餐比例，增加单人餐以满足需求。

4、增加团餐模式引导

在疫情期间，很多餐饮企业开始了对团餐的尝试。比如金鼎轩等等。

我们可以通过外卖平台公告、线下随餐单页、微信公众号等方式对消费者进行团餐订购引导。

5、半成品产品销售

现如今，消费者对食品安全更加重视，他们对餐厅的食材，出餐环节及卫生环境等都会很在意。

再者由于供需不平衡，此时我们可以增加半成品类，产品的销售，在抵消消费者对价格敏感度的同时，也能让大家看到我们的新鲜的食材，增加消费者的信任感。

6、打造爆品、引流产品

“核心菜品”是门店招牌特色菜品，疫情时期，还要打造门店各品类下的“明星产品”，以激活顾客下单欲。

调整不同类型产品的占比。在整个菜单结构里不同类型产品都会有不同占比。在疫情期间我们可以适当降低引流产品的占比，同时提高利润产品的占比。在引流产品的食材选择上可以选一些提高免疫力、营养型，比如果蔬类、豆制品类等。

将积压食材设置为引流产品。对于门店积压的食材，可以进行促销和引流，拉动客源的同时降低库存，提高现金流的周转。不建议对消费者已经形成的认知做过大调整，不能因为短时间的疫情去打破这种花大价钱培养出来的顾客认知。

餐饮店需要制定合理的利润，但很多餐饮店老板不知如何制定，完全不知所措。因为经营的项目不同，决定了每家餐厅的利润比都是不同的，所以并没有一个完全正确利润比可供餐饮老板作参考。餐饮老板也完全没有必要在这件事情上太纠结，有什么问题尽可咨询子然，子然团队愿意帮助更多餐饮老板打造超强生命力、盈利能力强的门店！