连锁招商与拓店评估 · 2026-10

餐饮品牌招商加盟实操指南

餐饮品牌从单店盈利到招商加盟全流程实操指南
适用对象：拥有一到三家直营店、准备开放加盟的餐饮品牌创始人与运营负责人

单店模型验证、加盟政策设计、招商流程、开业支持、后续督导，五个阶段每一步做什么、看什么数据、签什么文件。

作品名称	餐饮品牌招商加盟实操指南
商品全名	餐饮品牌从单店盈利到招商加盟全流程实操指南
作品类型	文字作品 · PDF 文档
著作权人	宁德市钦汇晨贸易有限公司
篇幅	约 2900 字

目录

四章结构：痛点与逻辑、执行流程、话术范例、误区与检核

第一章：业务痛点与核心逻辑

为什么大多数加盟品牌活不过三年

第二章：分步执行标准流程

五个阶段的进入条件与工作清单

第三章：实战话术与场景范例

招商面谈中的十二个问答

第四章：常见误区与检核清单

开放加盟前的自查

使用说明

餐饮品牌开放加盟最常见的失败方式，是在单店还没有稳定盈利的时候就开始收加盟费。第一批加盟商亏钱，品牌就再也招不到第二批。本指南把从单店到加盟的过程分成五个阶段，每个阶段给出进入下一阶段必须满足的数据条件、需要准备的文件和需要搭建的团队，让创始人知道现在该做什么、什么时候可以往前走。

本作品为文字作品，供购买者所在门店内部学习和使用。未经著作权人书面许可，不得复制、转售或公开传播。

第一章：业务痛点与核心逻辑

为什么大多数加盟品牌活不过三年

餐饮加盟品牌的平均寿命不到三年，死因高度一致：单店模型没有跑通就开放加盟，靠加盟费而不是靠门店盈利赚钱。加盟商开店六个月不赚钱就会关店或者脱离体系，品牌的口碑随之崩塌，招商就此停止。

核心逻辑是加盟是复制一个已经被证明能赚钱的模型，而不是用加盟商的钱去试错。所谓被证明，是指至少两家直营店在不同商圈连续六个月以上实现正现金流，并且两家店的毛利率、人效、坪效差异在可解释范围内。达不到这个条件，就不要开放加盟。

第二个逻辑是品牌的收入应该主要来自供应链和持续服务费，而不是一次性加盟费。加盟费占品牌总收入超过一半，说明品牌靠招商活着，而不是靠门店活着；一旦招商放缓，品牌就没有现金流。健康的结构是供应链毛利加持续服务费占七成以上。

第三个逻辑是加盟商筛选比招商数量重要。一个不合适的加盟商带来的亏损门店，会在当地毁掉这个品牌的口碑，影响接下来三到五家店的招商。宁可慢，也要筛。筛选标准要写成文件，招商人员没有权力绕过。