# 开茶庄可行性分析报告

来源：网络 作者：眉眼如画 更新时间：2024-10-09

*一、合理的选址：商业经营最注重的是“地气”“人气”，这并非迷信，“地气”主要是看这个地方有没有商业氛围，这种商业氛围对我们所经营的商品合不合适，“人气”主要是指我们经营的地方有没有顾客流这些顾客是否有购买我们商品的心理动机。 茶叶作...*

一、合理的选址：商业经营最注重的是“地气”“人气”，这并非迷信，“地气”主要是看这个地方有没有商业氛围，这种商业氛围对我们所经营的商品合不合适，“人气”主要是指我们经营的地方有没有顾客流这些顾客是否有购买我们商品的心理动机。

茶叶作为一种特殊商品，除了它的饮用保健功能，还能体现它的文化艺术价值，它能使人清心、雅净、回归自然——茶叶店的选择要根据茶叶的特性，归纳起来一般有以下地段：

1、繁华商业中心：这些地区商业氛围浓，客流量大，购物层次复杂，购买频率高，消费者大多有较强的求质、求好、求美的特点，但房价或租金的费用比较高，竞争尤为激烈，所以进入前须经仔细考虑，分析自己的人力、财力、物力是否具备，如若有条件，进军“商业中心”当然正确，何谓抢占“制高点”呢!但实力不具备，千万不能冒然行事，这些地方要求茶叶品位高一些，要注意品牌、名茶品种要丰富，与茶叶有关的茶具、茶书要配套，如紫砂、瓷器、玻璃茶具等。

2、宾馆饭店群附近：宾馆饭店是商旅居住的地方，他们大多不带茶叶，随时购买，而且，为了走亲访友，捎一点茶叶，显得雅而不俗，饭店也要用茶，“客来泡茶”是中国人的传统礼节。宾馆饭店群旁开茶店，是比较划得来的，房租不宜过高，同时还可以租用宾馆饭店的经营大厅，从提高格调并可以与茶艺结合起来。

3、交通大道：这些地方人口流动量大，主要是能吸引顾客，所以这些地方注重茶店的外部吸引力，品种要新颖，价格要优惠，适合一些字号较老的，无形资产较大的客商进入，刚刚入门的客商最好不要盲目开立茶店。

4、居民区：茶叶是居民消费的必需品，选择居民区一般风险较小，但同时针对不同居民层次茶店经营风格也不尽相同。

a、老区：这些居民区带有古朴的中国特色，有勤劳、简朴的美德，茶叶不能过于高档，偏向于中低档，追求利润要低，营业员要灵活，注重人缘，茶叶质量一定要稳定，信誉要好。

b、新区：这类居民消费较超前，且物质财富和精神文明相对提高，要求经营者茶叶品种档次略微偏高一些，品种丰富一些，新品种要多上，跟上茶叶品种的新潮流。

c、高档物业区：这类人群是改革开放先富起来的人，他们生活水平高、节奏快，这个地段开茶叶店，品位应偏高一点，价格也应高一点，要求营业员素质更佳，包装应精致，茶叶包装时速度要快，同时可多上一些高档礼品、高档茶具，营业时间放长一些。

d、行业住区：现在有些城市，形成一种行业区，如离退休老干部区、教师区、明星区。茶叶经营者要根据不同人群的特性，采取不同的经营风格。

e、集贸市场：这些地方客流量大，但消费者大多数是购物好手，要求茶叶价格实惠，可以经常采取优惠方式来促进销售。

f、学校附近：主要是以知识型分子为主要顾客，门面不要过于豪华，品种要多一些，标价一定要偏低，营业员茶叶知识要丰富。

其他还有一些地方：如旅游景点，不适应大规模经营，适当经营一些纪念性包装茶等等。

二、茶店装饰：茶叶店的装饰主要是突出茶叶经营的特点，使顾客产生一种和谐美的心理，茶叶店装饰分为外装饰域内装饰，外装饰主要能吸引顾客进店浏览，内装饰主要是能激起顾客的购买动机。

外装饰有以下几个要素：

1、外部造型：外部造型一定要突出“茶”的素雅、清心的特点。

2、招牌：招牌是永久性的广告，要激发消费者的好奇心，引起消费者的注意，便于消费者记忆，同时也能体现茶店的格调，一般茶店大都采取传统风格，长方形匾额，用黑色大漆作底色，镏金大字作点名，请名人书写，雕刻而成，庄重堂皇：或用清漆涂成木质本色，用名人题的字，雕刻后，涂成绿色，古朴典雅：再者可以用现代装饰材料做成大的内装通明灯光，外面用醒目大字，构成现代气息的招牌，具体则根据你所经营的场所而定。

3、对联：如果用一副好的对联，则更能体现茶店的文化与艺术气息。

4、橱窗：橱窗是茶店的第一展厅，它能直接刺激消费者的购买欲，橱窗尽量设计大一些，里面可以摆一些具有吸引力的茶叶，如保鲜茶、花茶、广告打得响的保健茶，适量的放一些茶具，可以将外形好看的茶用透明玻璃杯泡上几杯，隔几天在换几个品种，橱窗内灯光要亮一些，摆设的茶及茶具和茶水要组成一副美的图画，且不断的变动。

5、店门：茶叶店的店门尽量留大一些，采光要好一点，同时要考虑到安全性。

6、外部灯光：茶店外部灯光一定要明亮，最好以白色或绿色，不宜用红色，如若用一两只绿色的射灯则更能突出茶店的吸引力。

7、店名：茶店的命名主要是体现经营者的个性与茶文化和谐的统一， 起好一名字是关键，可利用传统的老字号，也可以按照茶叶的特点结合经营者的思维，或请茶文化专家起一个好名字。

内装饰的几个要素:

1、货架柜台主要是大方的题，线条流畅，一般应采用木质，可以漆成仿红木，也可以用清漆做成木本色，这样能体现余茶叶和谐的统一，同时可以做几个多宝格何一个小书柜，以便摆茶具和茶书用，有条件可以摆一张八仙桌或茶几以便品茶用。

2、墙面：茶店的墙面应该素雅，一般用木质装饰板，漆成原色为好，同时合理的配合茶字画或介绍有关茶叶知识的宣传材料。

3、地面：地面主要保持干净、整洁，用大理石、水磨石，也可以用地纸，如若铺地毯最好用绿色或灰色，千万不能用刺眼的色调。

4、灯光：顶部灯光一定要明亮，一般用电子日光灯，越亮越好，柜台、货架最好也配上绿色灯管，不能用红色灯光。

5、点缀：店内点缀很重要，可以适当放一些花草、盆景或大紫砂、瓷瓶，关键根据不同茶店的特点，采取不同的创意，达到画龙点睛的作用，切不可盲目堆砌。

内装饰的布局结构与交易、休闲，外部环境一定要协调一致，给人以整齐、高雅、舒心的感觉。

三、丰富的茶叶知识：作为一个茶叶经营者，首先需要的是掌握丰富的茶叶知识，简单的茶叶栽培知识，茶叶的产地、茶叶的种类、茶叶的加工，各种茶生长在什末地方?地方名茶的来历，茶叶质量的鉴别，茶叶价格的变动，茶艺、茶道、茶文化以及与茶有关的茶具知识等。同时，不断了解市场的要求，掌握茶叶消费的变化，更新经营观念，预测茶叶消费的变化趋势。

四、严把质量关：商品质量是决定一个商店经营好坏的重要因素，茶叶尤其如此，故此在进茶时，千万不能讲人情，一定要严把质量关，看外形、闻香度、测水分、开汤、品滋味、看叶底、评价格，一丝不苟，如若有条件的可以用先进的检测设备，如若自己把握不定，可以向一些专职技术人员请教，同时要求供货商有三证(营业执照、卫生许可证、商品检验合格证)进包装茶要了解对方有没有分装厂，且手续是否完备(分装资格、商品条码、产地、出厂日期、保质期)，并且拆开一两盒(袋)看看品质是否相符，千万不能图省事，图便宜，轻易相信人，最好选择有规模、有实力、有无形资产的供货商。

五、进货的科学性：茶叶的季节性特别强，储存极为严格，种类繁多，这就要求经营者在进货时要有清楚灵活的头脑，千万不要图省事一下进许多货，一定要根据你经营规模的大小，上年度的销售量，了解市场动态，预测当年的销售情况，适当进货，对于高档名优茶更要谨慎从事，不要图高利润一下进许多，采取卖多少进多少，少进勤进，否则你辛苦一年，积压一大批茶叶，陈茶的贬值确实令人寒心，新进茶叶行业的经营者更要小心从事，多问一些行家，多跑几趟路，因为，你更赔不起。

作为零售商对批发商、厂家要建立信息档案，以便缺货时及时联系，这样就避免了缺货与积压的矛盾。

六、品种要齐全：消费者对茶叶的要求五花八门，作为经营者一定要适应市场需求，尽量达到品种齐全，确定自己经营的主品种外，不能拒绝其他品种，不要自我封闭，应该有宽容的胸怀，接纳新品种，有些冷门货可以少进一点，留下供货者的通讯地址，以备急用。

七、了解经营地区消费者口味：对茶叶的好坏如否最终决定权在消费者，对于经营者来说关键是要根据消费者口味供货，不同的地区消费者口味也不同，如北方喜欢花茶，南方喜欢绿茶，西北喜爱转茶。各个地区的每个区域又不一样，以北京为例，东城区喜爱味浓、汤浓、香浓，海淀喜爱味稍淡一些，汤黄而亮，郊区则喜爱苦涩味重一点，耐泡就行，这样就要求经营者经常去调查研究，与消费者广泛接触，针对需求，更新口味。

八、定价合理化：茶叶的销售价格一直是一个很难解决的问题前期价格太高，通过媒介作用，消费者“望茶止步”。现在由于竞争激烈，许多人又卖得太低，有的甚至低于成本价，引起恶性竞争。我认为保持好的质量同时，一定要有合理的定价，首先确定你的进货成本价，在计算出你的经营成本及你的合理利润，参考一下市场定出一个合理价格，既不能牟取暴利，也不要低价竞争，当然名优茶、特种工艺茶，由于它们的特定艺术价值定价高一些，我认为是应该的。

九、商品全方位立体结构：商品立体结构与品种齐全是有区别的，一是在品种齐全的基础上增加茶叶不同等级，如“黄山毛峰”有明前特级、特级、一级等;“牡丹绣球”有“头春”“二春”“三春”。二是经营茶叶同时经营与茶叶有关的商品，如茶具、茶书、茶点、茶水、茶保健品、茶字、茶画及文房四宝，茶具有紫砂、瓷器、玻璃、不锈钢等等，而紫砂有高、中、低，有套壶、单壶、怪壶，有黑泥、白泥、红泥等，茶点有瓜子、开心果、牛肉干等。三是采取与众不同的包装与储存，如花茶锡箔袋包装，绿茶可以放在冰柜里保鲜出售等，茶叶的主体结构要根据不同地区不同消费者而定，须经市场调查，不能盲目模仿，盲目拼凑。

十、商品陈列有序：商品的陈列好坏直接影响到消费者对茶叶店的感觉。种类不同的茶叶及与茶有关的商品一定要合理的陈列，首先是分类，如花茶区、绿茶区、红茶区、保健茶区、极品茶区、茶具区，再次是档次，是消费者一目了然，最好在各个区内放上茶叶的简介(产地、品位、特点等)然后是整体的布局，要根据你经营点的整体环境，将茶叶、茶具等与你店内店外结构起来，使陈列的商品协调一致，构成一副赏心悦目、心旷神怡的立体画面，给顾客一种流连忘返的感觉，同时体现井然有序，繁多而不乱。

十一、有条件的茶店可以与品茶、茶店、茶艺连为一体：如果你的茶店面积允许，经济实力跟得上，最好与品茶、茶点、茶艺连为一体，一家很别致的茶店连上一个别有风味的小茶馆，茶馆内环境优雅，墙上挂几幅字画，室内摆上几盆盆景，原质的木桌、木椅，桌上一套精致的茶具，及碟精美的茶点心，加上身着合适服装的招待小姐、先生，定时来几场茶艺表演，也可长期表演，或设立古筝、古琴演奏古曲名曲，别有一番情调，收费不要太高，更不能附带酒类、烟类，这样顾客在品茗之后，购买欲望大增，何乐而不为呢?

十二、搞好店内卫生与周围环境：茶叶是一种很娇贵的饮料，它具有强烈的吸腐性，店内卫生很重要，店堂一定要干净，柜台、货架、茶桶、茶箱每天最少要清抹二次以上，不能留有半点灰尘，周围环境要特别注意，看一看有没有异味的物体在附近，如香水、酒类等。看看周围有没有污染源，千万不要在饭店做饭。在同一茶店内，绿茶与花茶要分开，绿茶要封闭好，不能吸收花香一面破坏绿茶本身的品质，名优茶更应注意，与茶不能混在一起的商品千万不能放在茶店经营，如中草药等。倘若染上异味迅速消除污染源，千万不能再出售，换上好的茶叶，重新上货以免因小失大，损害茶店的无形资产。

十三、提高营业员的整体素质：一个茶店经营的关键在于营业员的整体素质，营业员是茶店的眼睛，提高营业员的整体素质是开好茶店的最关键环节。作为一个茶店营业员，首先要有好的文化素质，最好会一两门外语，要掌握有关茶叶的专业知识，包括茶叶的种类、产地、质量标准、特点、冲泡方法、储存方法等。同时还有综合知识，如茶艺、茶道、茶礼、品茶、斗茶、茶叶历史等。营业员是直接与顾客打交道，关系到茶店是否能够产生效益的关键，一般应具备以下专业素质：

1、具有吸引力的仪表：着装整齐干净，款式适时、美观大方、表情朴实坦诚，既不可强作笑脸也不要呆板无表情。举止风度亲切、自然、热情，不披头散发、不染彩色头发、不涂指甲油、不喷香水、不能带贵重的装饰品。姿势自然得体，不可矫揉造作。

2、敏锐的观察力褐判断力：营业员必须“察言观色”的功能，通过对顾客外表的身份，针对不同的顾客，推荐不同的茶叶，这样成交率肯定较高。

3、较为灵活准确的反应能力：因为顾客层次不同，要求也就不同，这样就要求营业员的反应能力，针对不同顾客的不同要求，迅速作出反应，理解和领会顾客的购买意图，并迅速给予答复或提供服务，有人总结出服务接待的方法为“接一、问二、联系三”已是灵活反应的具体表现。

4、较出色的语言表达能力：语言是交际的工具，是提供信息交流感情的重要手段，语言表达对营业十分重要，直接关系到茶店的效益，应讲普通话，不能用服务忌语，讲话要适中，应掌握好语气，，亲切自然、礼貌诚恳，对人的称呼要得体，针对不同顾客应用不同的礼貌语言，灵活掌握。

5、较强的自我控制能力：因为营业员工作环境单调，顾客性格各异，这就要求营业员控制好情绪，不论顾客多末挑剔，你都要保持一个良好的心态，百问不厌、耐心解答，遇到不讲理的顾客你千万不要发火，要耐心解释。“顾客就是上帝”请营业员牢牢记住。

6、具备一定的财务知识：营业员要有一定的财务知识，包括对假币、外币、各种支票的识别能力，以及发票的正确填写。作为茶叶营业员还应具备各种包装能力，袋包装、纸包装、盒包装、桶包装。

总之，一个茶店营业人员必须具备良好的心理素质、商业道德、专业知识和高超的交际接待能力。茶店营业员的重要性大多度经营者心领神会，望大家一定要不惜代价，对你的俄营业员实行专业培训。“磨刀不误砍柴工”，这一点不能疏忽，不然花费“巨资”开一个茶叶店，就因为营业员素质茶差而亏本，是在不合算。

十四、建立规范的财务制度：经营必须建立规范的财务制度，这一点不能忽视，不管你用的营业人员是谁，都要做进货、销售、库存、优惠、报损现金账目，月末盘点，毫不留情。

十五、建立严格的营业制度：作为经营者必须要制定营业制度，否则，管理就会混乱，以下是“北京信裕泰茶庄“营业制度，仅供参考。

(一)早上8：00准时上岗搞好店内卫生，保持柜台整齐干净，做好营业准备。

(二)8：30分准时开业，工作服穿戴整齐。售货员上班时不得涂化妆品、香水、染指甲。

(三)营业过程中做到：

1、微笑服务、举止端庄;

2、售货时做到准斤足两，计价无误，收款准确，唱收唱付，百问不厌，百拿不厌;

3、交递商品时，文明礼貌，不摔不扔商品;

4、遇到无理取闹的顾客，要做到骂不还口，要耐心说明，热情接待每一位顾客。

(四)下班后，要有两人清理现金，封款上交，清洁营业工具，整理上货，打扫货架卫生。

(五)认真执行柜台“十个不准”和“六个一样”。

十个不准即：

1、不准在柜台内吃东西;

2、不准在柜台内聊天、嬉笑、打闹;

3、不准因上货、结账、点款而不理睬顾客;

4、不准在柜台上座着接待客人;

5、不准与客人发生争吵、辱骂、殴打;

6、不准在柜台会客，存放私人物品、做任何私事;

7、不准烤火价、趴货台;

8、不准挪用商品销售款;

9、不准擅自离开工作岗位;

10、不准私自对顾客优惠或私分赠品。

六个一样：

1、生人、熟人一样;

2、大人、小孩一样;

3、买和不买一样;

4、忙和闲一样;

5、买商品和退商品一样;

6、一般顾客和个别顾客一样。

制度制定好了，不能视为形式，必须长期的严格执行。

十六、做好售后服务工作：营业员在成交过程中，肯定要做好售前、售中服务，这是理所当然，但是成交以后，顾客已付款，售后服务尤为重要，包装、提袋包装等，礼貌地送客人出门，给顾客留下一个好印象，同时，有些顾客因对本店茶叶口味不适一定要包退、包换，不能找出半点理由拒绝，同时，应建立顾客档案，多听一听顾客的意见。

十七、做好广告、促销工作：广告、促销对商家的重要性是众所周知的，有条件的茶店，完全可以利用电视、报纸等。条件不具备的也可利用营业员、业务员印制一些小广告进行宣传。促销应该多做，形式多样，可以优惠，也可以按购买的金额赠送一些与茶有关的礼品，如茶具、茶书等，不论广告也好，促销也好，一定要取信顾客，不可欺骗顾客，言行一致，表里如一。

十八、做好长期作战的准备：茶叶作为一种特殊的消费品和艺术品，顾客对其口感、滋味、内质、品位要一个相当的时间接受和评定过程，这样，就要求经营者要有耐心，不要开张几个月或一年挣不到钱就不相干了，要不断的进行宣传，同时针对顾客的要求不断改善，虽然开个茶叶店没有八年抗战那样“论持久战”，但也须两三年功夫不可，这也许是许多茶叶经营难以走出的误区。

十九、逐步走向连锁化：因现代市场经营越来越规范，利润越来越平均，如若你所经营一、二各茶店效益不错，同时，又积累了许多无形资产，千万不能就地踏步，更不能把挣来的钱消费掉，应该总结成功的经验，培训人才，把你的经营点在逐步稳健的基础上进行同步扩张，走向连锁化。这样，可以节约成本，有利竞争，在茶叶届立于不败之地。开设连锁首先可以建立配货中心，建立健全各项规章制度，选拔人才，对你已经经营好的点进行复制，这样，你的企业就会不断发展、壮大，原天下茶界同仁，齐心协力、共同壮大，以振我中国传统茶叶之雄风，与洋茶争夺国际市场，中国茶叶一定能胜利。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找