OPERATIONS REVIEW

门店经营 / 季度简报

城市咖啡门店经营简报

三家虚构门店的订单、客单与门店贡献分析

35.0 万元
二季度销售额

14,600 单
二季度完成订单

11.4%
门店贡献率

案例摘要

二季度销售额较一季度增长 12.2%，主要来自订单增加。写字楼店贡献率最高，社区店虽然获得最多订单，但较低的客单限制了单笔贡献。下季度先验证社区店套餐和写字楼店高峰排班，再决定是否扩大试点。

关键发现

01 订单是增长主因

完成订单从 13,200 单升至 14,600 单。按一季度客单拆解，订单增加解释约 3.31 万元增量，占销售增量的 87%。

02 社区店应优先改善单笔贡献

社区店贡献 40% 的订单，贡献额占比约 24%。应同时跟踪套餐转化、优惠后客单和每单贡献。

03 商圈店需先核对排班

商圈店贡献率为 10.4%。先把小时订单量与付薪工时对齐，再判断是否有缩减低峰排班的空间。

阅读索引

02 季度表现与增长拆解
03 门店结构与贡献差异
04 下季度试验与复核

案例中的对象、事件及数据均为原创虚构，仅用于文档展示。

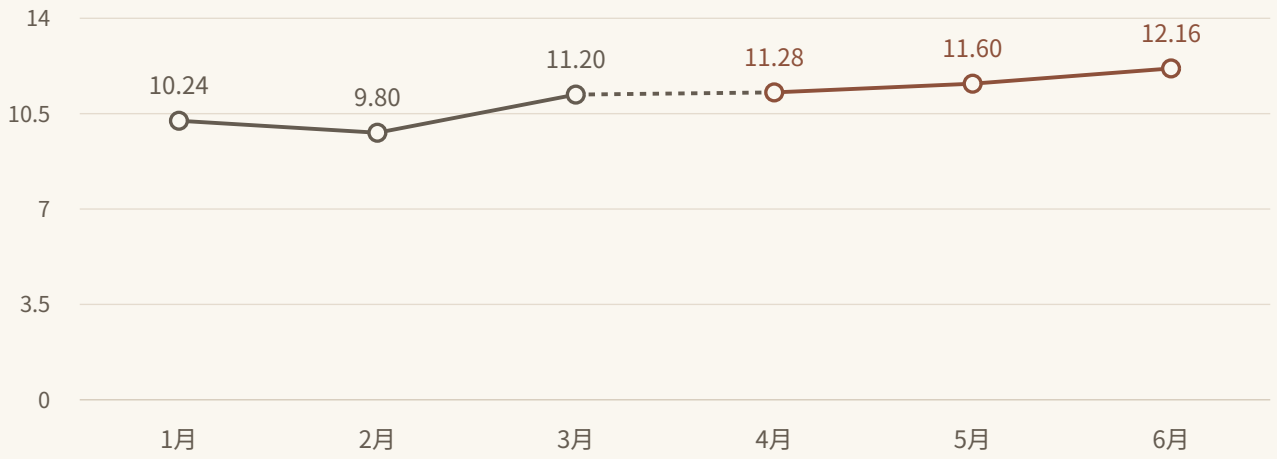
01 / 正文

季度表现与增长拆解

二季度销售额为 35.04 万元，较一季度增加 3.80 万元。同期订单增长 10.6%，客单从 23.67 元升至 24.00 元。

图 1 月度销售额

单位 万元



月度销售额按季度分色。各月合计与下表一致。

表 1 季度经营指标

指标	一季度	二季度	变化
销售额（万元）	31.24	35.04	+12.2%
完成订单（单）	13,200	14,600	+10.6%
实收客单（元）	23.67	24.00	+1.4%
门店贡献（万元）	3.24	4.00	+23.5%
门店贡献率	10.4%	11.4%	+1.0 个百分点

增长拆解

将新增 1,400 单乘以上季度未四舍五入的客单，得到约 3.31 万元订单贡献。以本季订单量计算客单变化，再增加约 0.49 万元。两项合计 3.80 万元。

观察限制

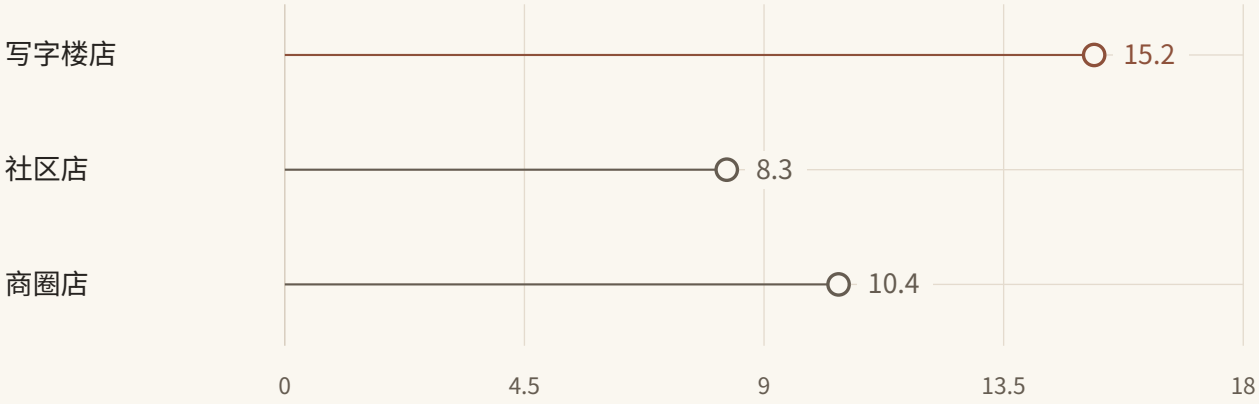
这里使用季度汇总。二月与其他月份的营业天数和促销节奏可能不同，月度变化只用于定位核查区间。

02 / 正文

门店结构与贡献差异

社区店订单占比约 40%，写字楼店贡献额占比约 48%。三家门店应分别评估时段效率、每单贡献和固定费用。

图 2　各店门店贡献率　　单位 %



门店贡献率为门店贡献额除以同店销售额。

表 2　二季度门店明细

门店	订单（单）	销售额（万元）	贡献额（万元）
写字楼店	4,800	12.48	1.90
社区店	5,800	11.60	0.96
商圈店	4,000	10.96	1.14
合计	14,600	35.04	4.00

每单贡献差距　写字楼店每单贡献约 3.96 元，社区店约 1.66 元。套餐试点需同时记录折扣、原料耗用和出杯用时，以免客单增长伴随每单贡献下降。

成本口径　门店贡献为销售额扣除原料、包装、平台费、门店人工和租金后的余额。总部费用、税费与资本支出另计。

03 / 正文

下季度试验与复核

把改进动作放进两周试点。按工作日与周末分别对照，复核时同时看门店贡献和服务体验。

表 3 试点对照与复核门槛

试点 / 责任角色	对照设计	复核门槛
社区店套餐 / 店长	同星期、同时段交替试售	每单贡献至少增加 0.30 元
高峰排班 / 区域督导	两周对比同类工作日	超 6 分钟订单占比低于 10%
低峰工时 / 商圈店长	仅调整 14:00-16:00	每付薪工时订单数提高 10%
统一复核 / 运营分析	每日闭店后汇总试点表	订单、折扣和工时均可对账

执行前锁定口径

订单以完成且未全额退款为准。优惠按实收归入对应订单，兼职与正式工均按付薪工时统计。记录缺货、设备停机及临时团单。

设置服务护栏

社区店同时检查客诉和出杯时长。商圈店每小时至少保留一名具备独立操作资格的员工。若连续两天出现超时异常，恢复原班表并标注原因。

两周后如何决策

每项试点逐日比较中位数与异常值。若达到复核门槛且服务指标稳定，再延长两周；若客流结构变化明显，增加一个匹配周期。

数据来源与使用边界

本文使用为演示构造的三店收银及成本汇总。店型为虚构设定，所有金额、阈值和经营表现均为案例参数。