

服装店铺下周计划 服装店创业计划书(模板9篇)

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。通过制定计划，我们可以将时间、有限的资源分配给不同的任务，并设定合理的限制。这样，我们就能够提高工作效率。这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

服装店铺下周计划篇一

本公司位于xx市xx旁边的步行街，是xx的中心，这里交通发达，人口密集，市场是没问题，平时无论白天晚上人来人往，特别是周末各大院校的学生聚集于此而情侣装的消费对象主要是追求时尚和浪漫的年轻人（以大学生为主），这给我们的店铺带来了更大的经济效益。

这是一个新兴的行业，这是一个紧跟流行和时尚的行业，它的消费对象主要是追求时尚和浪漫的年轻人（以大学生为主）、有一定消费能力的白领阶层、有一定经济基础的已婚夫妇，这里蕴藏着巨大的市场。这是一个冲动消费行业，爱情的力量有时会使人消费失去理智，情侣产品就是这样一个冲动的消费行业，没有计划，没有理由，看到喜爱就去购买。

掌握这种爱情玄机，你就拥有了市场。只要爱情存在，这个市场就会永不饱和。爱情无处不在，这个市场也无处不在，无论是大都市还是小城市，这个市场都存在。大城市的消费者可能会对产品的品牌、质量要求较高；小城市可能对产品的品质、档次要求略低点，只要选择好你的客户定位，任何地方都会有市场潜力。

做情侣装产品关键要品种多，给客户有足够的挑选余地，这与其它品牌专卖店不同，不是依靠主要几个款来销售！产品

陈列上要突出自己服装的特点，训练营业员的基本素质，对顾客的服务态度及服务宗旨。无论顾客是否买衣服或者买多少钱的衣服都要微笑送客让其满意离开，常此以往才可能有口碑相传的美益度，也才会有回头客。顾客的要求在可能实现的前提下尽可能的满足。产品一定要围绕市场需求，一切要以满足市场需求为指导，才能提高销售业绩，才能赢利。

在刚开业前段时间里我们要搞各种“买就送”的活动，争取薄利多销，提高店铺的知名度。我们也知道，服装经营是一种感性经济，产品要跟着时尚潮流走，上个月的跑火货到下个月可能就要变死货了，如果你一直抱着死货眼巴巴地盼望消费者的垂怜，那你就会成为消费者遗忘的角落。

因此，处理滞销货一定要当机立断，在“将滞未滞”时就要动刀，由滞销到死货就是你的损失过程；动刀早，往往损失少，而且新品上架快，成交量才会拔高，货流量才能最大化，利润也就最大化，同时又消除了库存风险。因此，要尽量避免死货，决不能让“死”货挡了“活”货的财路。要不然，你就真的是“不知死活”了。

我计划雇佣五个人，四个人年轻人，分成两组主要负责接待顾客，两人轮班倒。另外招一个年龄大点的阿姨和我自己轮班倒收银，我基本上一直要在店里看着的（除了进货或者重要的事，自己创业累点是应该的）。四个年轻人的工资 $\text{元}/\text{月} + \text{提成}$ ，提成为月营业额的1%，提高她们的积极性。大一点的阿姨也一样 $\text{元}/\text{月} + \text{提成} 1\%$ ，若收银出了问题她要负责。

1. 房租：6000/月，付三压一，24000元
2. 装修费5000
3. 第一次衣服货款0元
4. 其他费用1000元

5. 员工工资可以在第一月底结，不用算在初期5万内

6. 余下4000做流动资金使用

服装店铺下周计划篇二

衣、食、住、行是人类生活的四大元素。人们把“衣”放在首位，可见衣服对于人类的重要性。本次，我们的项目选择女式服装店，是因为服装行业是一项永不饱和行业。服装行业较为成熟，项目需要的成本较低，容易进入也容易启动，很适合我们这些刚涉足商业的创业阶层，而且自己本身对服装也有点感兴趣，算是兴趣与事业相结合吧。为什么要选择女装呢？爱美是女人的天性，而女人更愿意在穿着上来体现自己的美丽。一句话说得好：“女人的衣柜里永远都少一件衣服”，这也恰恰迎合了爱美，爱穿的女性心理。在当今市场环境下，各行业不是那么景气，加之女装市场在日趋饱和，竞争非常激烈，要想成功经营女装店并实现稳定盈利，是非常不容易的一件事情。下面，就我们在本次创业训练的过程中遇到的问题和成功经验，包括：服装店的消费群体、风格定位、开店前期准备，店面装修设计、货源批发市场等方面的角度出发，着重介绍服装店从市场定位、店址选择、顾客服务、进货技巧等方面予以系统地介绍，以期使女士服装店达到有效经营。

在定位方面我们考虑了几个方案：中高档的中年女装、少女装、风格混搭等；形式上采取加盟连锁或自营杂牌。但是考虑到本次的大学生创业训练项目，参加项目的共有5人，而且都是女生，这样就使得对消费者心理把握比较准确。为了使学生操作起来方便，尽快了解所要面对的消费群体，最终我们定位于：以自营杂牌为主的少女装系列。

找商圈位置好、交通发达、人口密集、地块成熟、消费力旺盛的店面。由于是大学生创业，加之风格定位于少女装，所以我们将店面选择在大学城区的商业街。这里店铺面子虽小

但租金低，也适合有限的创业资金。

西安康复路交易广场是西北部大型服装批发市场之一。我们已地域优先的原则可以主要选择在这里进货。其次，资金允许可以到广州、成都等地选择进货。网上进货也不失为一个辅助的货源渠道。

店面装潢关系到一家店的经营风格及外观的第一印象，要达到的装潢效果：有创意的店名是首要的，我们的店名定为“衣衣布舍”。其次要有醒目的广告招牌、灯光（服装店适合冷暖结合的灯光），如果全部冷光，店铺虽然亮堂，但给人的感觉惨白不够温馨，衣服会显得不够柔和。还有壁纸的选择也很重要，要选择能衬托衣服的浅色的壁纸。

进货要适销、适量，要编制进货计划。进货时，首先要到市场上转一转、看一看、比一比、问一问、算一算、想一想，然后再着手进货。少进试销，进货时间在每周三周四，这样周六上部分新货，另一部分留着星期天上，如果进入销售旺季，三四天补一次货。节假日，提前半个月备货。我们进货的种类主要有：外套、打底衫、裤子、裙子。小配件包括：链子、丝巾。

店内货物的陈列：衣服要品种多，给顾客足够的挑选余地，上衣、裙子、裤子、套装分开陈列。除了店铺看上去整齐外，也给有目的性购买的客户挑选提供方便。其次是挂板、模特的穿着很重要。墙上挂的板必须是你最近主要销售的爆款，而且此款必须是对着门口方向，以便顾客路过店门口就能看到并被吸引进店，挂板和模特衣服的搭配从里到外、从上到下必须做到适合大多数消费者的审美观，吸引消费者想去试穿。如果全身搭配的非常好，顾客一试穿，会整套买走。所以搭配很关键，也不失为增加销售额的有效手段。

（1）开业促销：打折、赠品、抽奖。

刚开业的店面，我们不追求大的营销额，最首要的是让顾客喜欢我们的服装、认可我们的服务态度、接受我们的销售价格，从而起到对店面宣传的作用，争取较多的回头客。

（2）免费提供专业搭配建议。

学会用专业的眼光来审美，为顾客提供适合顾客本人气质的搭配建议。即使顾客的衣服不是在本店买的，也要热情地向顾客提供中肯有效的搭配建议，拉近和顾客的关系，让顾客信任我们。

（3）开辟diy设计理念，让顾客有机会穿上自己设计的衣服。

在店面经营成熟的基础上，拓展业务，给有兴趣的顾客提供条件，为自己设计喜欢的服装并穿上展示。

（4）采用o2o销售模式。

当今，单一的销售模式已经不能适应市场的需求。所以，我们要采取线上线下同时销售。线上“衣衣布舍”店面和实体店同时开业。

（5）采用独特创意的送货方式。

这个方式主要是针对线上销售而言，由于我们主要是女装店，采取帅哥送货可以增加消费者的新鲜感和购买乐趣。

（6）阶段性的采取买衣服送配饰的促销手段。

在淡季顾客少的时候，可以采取买送的方式，买衣服送小配件，以此来刺激顾客的购买欲望增加营业额。当今，随着女士服装店市场的逐步扩大，各种风格、经营模式、面向人群的服装店也是五花八门。在众多从事经营的个体户中，赚钱最快的当属服装个体户。五彩缤纷的时装在给人们生活带来

美和享受的同时，也给经营者带来了不菲的收入。面对瞬息万变的消费市场，服装店经营者需要适时调整自己的经营策略以适应市场的需要，得到更好的发展。

通过了解女士服装的需求情况和供应情况，以满足不同消费层次的女士服装消费需求，同时给想自主创业的大学生提供可经营性参考。掌握更多的市场信息，以便做出更加准确投资方向的市场判断，对服装店的经营规模和经营管理模式都有较大的影响，为开店奠定好基础。

服装店铺下周计划篇三

虽然地点并不是服装服饰店经营成功的唯一前提，但是铺址的选取仍然极大限度地影响店铺生意的好坏。好店址的特点主要有6个方面：

- 1、商业活动频繁。商业活动频繁的地区一般指商业中心、闹市区。
- 2、人口密度高。在商业街、居民区附近开店，人流量大，各年龄层和社会阶层的人都有，对于服装服饰款式或类型的选择比较容易。
- 3、客流量大。涉及地理位置和交通条件等因素。
- 4、交通便利。一般来说，交通便利的话，客流量自然增大。
- 5、人流聚集或聚会较多。百货商场、服装商场附近的服装服饰客流量较多，因为客人在逛完商场后会顺带到附近的街店转一圈。
- 6、同类店铺聚集。经营同类商品的店铺越多，顾客在这里进行比较和选择的机会就越多，因此若能集中在某一地段或街区则更能招揽顾客。

1. 竞争地点

2. 消费对象

3. 商品定位

4. 客流量

5. 交通设施

6. 周遭环境

地点的选择对日后店面的营运好坏影响很大，所以一定要找个商圈位置好的店面。这需要我们大家一点一滴去寻找，去摸索，然后再定论目的地。

（店面地址分析、店面费用、店面租金、店面期限、店面装修等等问题）

服装店铺下周计划篇四

目标客户描述：

1、来商业街购物的本地年轻女性消费者。

2、来本市旅游和出差的外地游客以及大学生。市场的容量/本企业预计市场占有率为：根据本市八桂商厦年销售报告数据，06年全年销售额达到2.3亿元，本企业预测第一年销售收入为23万元，本企业服装年销售额市场占有率为1%。市场容量的变化趋势：随着人们生活水平的不断提高，女性个人服装消费支出不断增加，女性更容易跟随时装潮流于是变化而不断选购满足自身需要的服饰，所以本企业的预期市场容量呈上升的趋势。对于市场上的竞争者需要我们全方位的分析一下这样才能够将我们产品定位的更加准确。除了他们的优

势我们要分析出来之外我们自己拥有的优势也需要写进去。

相对于竞争对手的主要优势：

1、服装质量可靠、式样符合女性消费潮流。

2、服装价格适宜、根据裁制服装式样收费。

3、销售地点好。相对于竞争对手的主要劣势新办企业，缺少知名度，缺少销售经验。

服装店铺下周计划篇五

由于资金有限只有5万元，我选择了自己比较熟悉的服装行业，开个女式服装店，理由：

1、人靠衣装，女性是最爱美的群体，所以服饰对女性来说是永远也不会被淘汰的。

2、在选定行业之前，我先衡量自己的创业资金有多少，5万元。

3、选择开服装店的优势是服装行业较为成熟，项目需要的成本较低，容易进入也容易启动。

地点的选择对日后店面的营运好坏影响很大，所以一定要找个商圈位置好的店面。火车站这块商圈不错，火车站这里交通发达，人口密集，市场是没问题。而且这里离货运站近发货方便能节约成本，并且马路对面有做得比较成熟的几个大市场，如XX等等。

租好了店面，下面要装修了。店面装潢关系到一家店的经营风格，及外观的第一印象，因此，装潢厂商的选择十分重要，所找的装潢厂商必须要有相关店面的装潢经验。考虑到火车

站这边店面装修方面不是很考究的情况下，所以在成本上可以进行缩减，首先做招牌，另外只要买一些挂衣服的架子（可能之前店里面有），另还有一些墙纸进行装饰，灯光照明，总共大概xx块够了。

选货：选样，款式，品牌，数量。

选货要掌握当地市场行情：对该地的实际情况，货品的价格都不宜过高，所以选择在xx的进货，当然也不能全进xx货，xx那边的衣服比较新潮，可以去xx的进些比较新潮的以带动人气。我准备进货安排在每个星期的三或四，这样每个星期六店内肯定是有新品到货的。

针对刚起步不用雇太多人，选择一个比较熟练的卖手□xx/月+提成，提成为月营业额的xx%□提高她们的积极性，当然如果表现好可以酌情加薪。

房租：免租金这能省一大笔费用付xx的押金。

(1)、装修：

1、全身模特xx元一个买xx个模合计xx元。

2、店内装饰包括墙纸xx元、灯光照明xx元、招牌xx元（约xx平方左右）、试衣窗帘xx元、衣架及挂衣服的架子xx元左右。

(2)、产品首批调货xx万元□xx个档次，其中主要中高档占xx%□补充中档占xx%□特价品、服装配饰占5%）（中高档次进价为xx-xx元之间、中档次进价为xx-xx元之间特价，服装配饰进价为xx-xx元之间）。

(3)、水电费、电话费□xx元/月*xx月=xx元/年。

(4)、不可预知费用□xx元。

以上汇总，全年费用为xx元，全年纯利为□xx元-xx元=xx元这是根据每天净利润xx元的平均值，当中肯定有好有坏。

服装店铺下周计划篇六

由于资金有限只有5万，我觉得没有更好的项目，时间紧迫，没有更好的灵感，所以我就来一个传统行业，服装行业。

我的项目是做服装行业，开一家女装店。

创业赚钱的49种简单方法与一位奋斗了一年半的40岁企业家的故事相竞争。

厉害！一个不可思议的打工女孩的故事：阿里一个生意朋友的创业传奇，我的淘宝推广之路

在选择行业之前，我先衡量了一下自己的风险投资，5万元。因为每个行业的总投资有高有低，每个行业又不一样，所以首先要衡量一下自己的资金能做哪些行业，然后再做进一步的规划。

选择开服装店的好处是服装行业比较成熟，项目成本低，容易进入和启动。而且我对服装有点兴趣，所以是兴趣和事业的结合，呵呵。

位置的选择对以后店铺的运营影响很大，一定要在商圈找一个位置好的店铺。经过调查，发现闵行莘庄快商圈不错。闵行区是上海的主要居住区之一，莘庄是闵行的中心。这里交通发达，人口密集，市场没问题。而且未来这里还会建设一个大型的亚洲商品交易中心，前景广阔。最后选择了莘庄水清路的店。商店旁边有一个汽车站，前面有一条大路。平时不管白天黑夜都有人来来去去。而一百米外就是地铁站，人

流可想而知。周围是老旧小区，固定人口多，地块成熟，消费能力强[20xx年syb服装店商业计划书范文]。此外，我发现这条街上有几家服装店，但大多数位置都很高，价格昂贵，风格单调。平时很少有人光顾。因为这里虽然居民很多，但大部分都是普通人，很少有富人不适合卖高端消费品。这里虽然人流量很大，但是大部分都是劳动人民，消费能力中低。我的立场是中低速档符合市场需求。同时与其他门店没有冲突，有区别。

店铺已出租，以下为装修。店铺装修与一个店铺的经营风格和对其外观的第一印象有关。所以装修师的选择很重要，你要找的装修师必须有相关的店面装修经验。比如开咖啡店一定要找有咖啡店装修经验的厂家，开儿童美式英语一定要找有儿童文教装修经验的厂家。因为，如果装修师没有同类型的店面的装修经验，那么当时要装修的店面在实际操作中可能并不能完全满足需求。到时候再销毁重做的话，成本很高，很费时间。

所以在装修之前，我会让装修公司画图，包括平面图、立面图、侧视图、材质、颜色、尺寸等。这一点要提前明确说明。为了沟通清楚自己要装修什么，最好带装修师去同类型的店实地观察，明确自己要装修，这样装修的店会更贴近自己的想法[20xx年syb服装店商业计划的模型工作计划]。

我要求的装修效果

1. 门口醒目的广告清晰，让路人一眼就能看出店内卖的是什么！重要的一点是，在不同档次的店铺挂同样的衣服，效果会不一样。不要因为你店里的整体形象而影响你衣服的档次和顾客的购买欲望！当然，这家店刚开张，穿简单的衣服比较好。

虽然店铺很亮，但是感觉很苍白，不够暖和，衣服也不会够软！再加上暖光(像你平时看到的射灯一样的黄光)可以中和

苍白的感觉，辐射出来的衣服更动人！夏天一定要准备好空调，不然店里很难留住有耐心选衣服的顾客，而且身体粘粘的，也没心情试穿衣服！

创业赚钱的49种简单方法与一位奋斗了一年半的40岁企业家的故事相竞争。

厉害！一个不可思议的打工女孩的故事：阿里一个生意朋友的创业传奇，我的淘宝推广之路

店里装修总共花了5000块，还省了一些花，包括我自己的小工，省了5万

一、商品选购

1. 商品选择：样品选择、款式、品牌和数量

选货掌握当地市场：出现了哪些新品种？销售趋势如何？什么是社会股票？涨价是什么？购买力状况如何？总的来说，我能心中有数。

品牌以杂牌和外贸商品为主。

尽量少卖，然后适量买入。因为是新店开业，所以款式肯定很多，给客户的选择余地很大。

每周星期三或星期四安排进货，这样每个星期六肯定会有新品到店，但是只会有一部分新品上架，一部分周日保留！如果进入销售旺季，三四天补一次货！

喜欢“3月8日”、“五一节”、“国庆节”等几个销售高潮，不要等到差不多的时候准备货，可以提前半个月开始准备！有足够的时间给自己安排！

服装店铺下周计划篇七

童装涵盖了0-16岁人群的所有服装。童装企业在定位童装品牌时，可以通过年龄段细分市场。可细分为婴儿装、1-3岁婴儿装、4-6岁小童装、7-9岁中童装、10-12岁大童装、13-16岁少年装。从国内童装市场的现实来看，我国童装、童装、小童装、中童装的发展已经初具规模，产业水平明显，有自己的龙头企业，品牌相对较多。

中国童装消费增长超过两位数，童装成为服装行业发展的新增长点。据大量相关数据显示，中国童装年产量占中国服装总产量的近10%。童装生产主要在中小企业。近年来，中国童装消费需求保持了较高的同比增长。国内童装企业目前比较没有竞争力。国外童装品牌占据了相当大的市场份额，达到了近50%，而国内童装品牌市场份额较小，只有30%左右，70%的企业处于无品牌状态。随着家庭收入的进一步提高和城市居民生活水平的逐步提高，对童装的需求在现实中很普遍。平时有两套，生日一套，六一套，春节一到两套，一年至少5-6套。市场乐观。与此同时，中国童装市场正逐步从“数量消费阶段”转向“品牌消费阶段”。总体消费特点是：一是过去满足基本生活的实用型开始转向追求美的时尚型。在一些经济发达的城市，消费者对童装的需求倾向于潮流化和品牌化。童装企业在做品牌的时候一定要做一个有文化内涵的品牌。

随着中国童装行业的快速发展和市场需求的快速扩大，童装行业的发展前景普遍乐观。中国童装消费巨大，童装市场发展潜力巨大。根据相关人口年鉴，查了一下相关数据，中国14岁以下儿童约有3.14亿，其中城市近1亿，农村2亿多。预计20xx年后，我国新生儿出生率将以一定速度持续增长。到20xx年，新生儿数量将进入高峰期，将现有出生人数翻一番，这将形成一个巨大的童装消费市场。

童装行业发展非常快，童装行业未来的发展将是品牌化、服

务化、个性化、功能化，具体如下：

1. 侮辱

如今，在一些生活水平较高的发达城市，童装品牌店越来越多。随着生活水平的提高，品牌意识逐渐增强。虽然很多城市都有很多散装童装店，但是一定要有品牌意识。

2. 服务

童装的购买者有直接购买者和间接购买者(指购买和赠送的人)，但父母是间接购买的。现在因为孩子少，所以普遍尊重他们的意见。一定程度上，孩子的意见很重要，会制约购买意向。如何留住客户，促进二次消费，要考虑更多的增值服务，除了单纯卖衣服给他们，还能给他们带来什么？我们能提供什么样的增值服务来提高客户价值，也是提高竞争力、扩大销售的一种手段和发展趋势。

3. 个性化

随着生活水平的提高，对材料各方面的追求会越来越高，审美观点也会变得时尚、时髦。如果孩子有一些个性化的衣服(主要是中年儿童、大孩子、青少年)，就会越来越受到重视，要表达出健康成长、积极上进的良好比喻意义。

4. [经管]功能化

我也查了相关资料，已知市面上有些衣服含有对人脸部有害的物质，不符合环保健康的要求，应该健康穿着。所以在未来的发展情况下，有各种功能诉求卖点，比如可以用于一些不良疾病，有利于提高免疫力的儿童童装等。，会越来越普及。

童装行业的发展任重道远。你或许可以一口气说出十个左右

品牌的男装和女装，但你要说出十个左右知名的童装品牌可能有点困难。未来童装的发展极具针对性。国内大品牌会不断加强品牌建议，不断提升品牌知名度和影响力，规模会越来越大；一些非品牌会接受新一轮的挑战，要么再打造一个市场第一，要么被一些知名品牌收购吞并。一些r&d的能力和设计风格跟不上时尚的中小型企业将举步维艰。

市场调研是一项非常重要的工作，它随着市场的变化而变化，从而做好评估，及时做好对当地童装店的调查，了解当地童装店的配送和销售情况，了解当地消费者的消费习惯和消费标准。我们应该使用谈话、实地观察和优惠券调查的方法来接收相关的信息收据。

当地市场调查采用以下方法：

1. 使用传统的问卷调查方法收集相关信息(朋友已经委托幼儿园老师将学生分发给家长填写并收回)，然后上街实际询问操作情况。
2. 运用客户谈话的方法，多询问当地目标群体，了解他们的消费习惯。
3. 去当地类似产品的店铺，观察了解他们的店铺装修风格、商品风格和销售额，进行评估。
4. 在租来的店面区域要多观察，多了解区域内的人流，目标群体的入场率，以及区域内的商业氛围。
5. 沿街观察或参观当地幼儿园和小学，了解当地年龄组朋友的穿衣风格和流行风格。

问卷调查的内容形式如下：(当时委托一位幼儿园老师和朋友让孩子家长填写，发出200份，收回约150份，有效率75%)

区域市场童装消费意识和消费习惯问卷调查

1. 你多大了？

2. 你的孩子是什么性别？

a. 男生 b. 女生

3. 你的孩子多大了？

4. 给孩子买童装的时候，会在意是不是品牌童装吗？

a. 在意，一定要选品牌 b. 不在意，只要质量和款式好就行。

5. 给孩子买童装，你考虑的顺序是：(选择你最看重的两件)

a. 是 b. 品牌质量 c. 款式 d. 价格吗

以下哪些节日你会考虑给孩子买新衣服？

7. 你通常一年给孩子买几套衣服？

a. 2-3套 b. 3-4套 c. 4-5套 d. 5-6套 e. 6以上

8. 你想在孩子的衣服上花多少钱？

9. 去店里买衣服，最后选谁？

a. 大人是主人 b. 孩子买自己喜欢的 c. 看情况。一般情况下，大人才是主人

10. 买衣服的时候，喜欢什么样的标价方式？

a. 明码标价，发售时有相应折扣。我不喜欢清楚地标明价格，

店员问了价格，然后还价

xi[]你的月收入是多少？

非常感谢大家的参与和支持。请留下您的联系方式。

您的姓名：

联系电话：

上表中的调查内容可以帮助我们了解：

1. 当地儿童的年龄分布较为集中
2. 当地不同年龄组的男女性别比例
3. 当地人重视品牌意识吗
4. 当地人愿意花多少钱买一件童装
5. 间接和直接消费者的购买权
6. 当地居民的收入和消费水平
7. 当地童装一年的购买需求如何
8. 父母什么时候会考虑给孩子买童装
9. 当地的消费意识是注重质量、款式还是价格
10. 目标群体是喜欢采用明码标价还是关注大单店员的报价然后讨价还价

据业内人士分析，全球15岁以下儿童有18亿，占全球人口的30%。从数量上来说，童装会有绝对的市场潜力。以中国市

场为例，该地区童装需求以每年10%至13%的速度增长，服装行业主要发展儿童消费群体。中国不仅是世界上人口最多的国家，而且消费者的可支配收入也在不断上升，这一切都表明中国的童装市场潜力巨大。

与此同时，虽然一些国家的儿童人口没有显著增加，但由于国内时尚潮流和消费者可支配收入的增加，童装的市场潜力不容低估。以英国为例，近年来人口一直在下降，但其童装市场销售额在20xx年增长了26%，达到47.9亿英镑(约合92.3亿美元)。根据一项针对大众消费者的调查，18-34岁人群的购买力最强，这个年龄段的很多人都成为了父母。父母更倾向于增加儿童服装的支出。他们越来越紧跟潮流，关注时尚潮流，不再把童装当成必需品，而是作为提高生活质量的一部分。韩国纤维服装工业联合会对韩国2500户家庭进行的调查显示，今年上半年，韩国家庭为儿童和青少年购买的服装金额达到7908亿韩元(约合7.1亿美元)，同比增长20.7%，占韩国服装市场的13.9%，高于去年同期的11.9%。童装对整个服装市场的拉动作用很大。

服装店铺下周计划篇八

我自小就特别羡慕那些创业成功的人，而且我身边就有这样的人，后来慢慢认识到创业的艰难，于是不敢再从那方面去想了，只坚持一个真理，那就是好好读书。上了大学后，有幸能接触到关于创业的相关课程，经过系统的学习，还有对那些名家大师的讲座的总结与领悟，使得对创业又拾起了信心，下面我将对自己的创业梦想做一个简单的介绍，你可以认为我是异想天开，也可以和我交流意见，因为创业的道路上充满苦难，没有人能一帆风顺。

一、项目介绍

鉴于资金有限，想来想去没有什么更好的项目，时间紧张也没有更好的灵感，那还不如走传统行业路线：服装行业。尤

其一个人开始创业，需要考虑好各方面的事情，先等店面开起来，我会找来一些信得过的人帮忙。为以后店面有一个健康成长过程打下基础，我决定进军服装行业。首先，我的市场定位主要面向广大的学生市场，学生对于时尚服饰的需求量是相当大的，抓住了学生这一市场，那么就为企业的长足发展增加了一个厚重的砝码。其次，服装行业是很好进入的，起点比较低，资金投入量相对较小，客户需求大，只要是符合市场的需要，企业能够做强做大事很有希望的。最后，我所经营的服饰肯定是以时尚新颖的品牌为主，这就为吸引广大的客户群提供了一个可靠保证。因而我认为进军服装行业还是很有前途的。

上，已有了无数的蚂蚁，都在啃食着这块蛋糕。究竟怎样，自己能不能成为这块蛋糕主要占领者，要看我们选择什么样的市场定位，及生存方式；让消费者欣赏自己的产品，是最重要的；这就是我即将面对的最重要的根本。

最后，作为一个大学生创业项目，我的主要经营产品是以大学生喜爱的时尚服饰为主，主要客户群体肯定是年轻时尚的学生族、白领以及追求潮流的人群。作为在校大学生，都有着一颗年轻时尚的心，对于一些新鲜事物及美的追求是亘古不变的。我所销售的产品正应对了大学生的这一心理要求，以时尚靓丽的新颖服饰来吸引同学，为同学提供多样的选择，同时也为我自己赢得一个发展自己，体现自己的机会。我会积极奋进，为了我的创业梦想而奋斗。

二、项目定位

“没有失败的行业，只有失败的企业”这句话，蕴涵了生存的规律及危机，但给予我一处警示，我要想生存，就必须解决一些问题：服装规模、产品定位、群体目标等。我的项目是做服装行业，开个女式服装店。以下是我对社会群体的分析：国内成年服装年龄段分类基本为：18-30岁，30-45岁，45-65岁，65岁以上。

(一)、18-30岁：该年龄段的消费群体是服装消费的最主要的群体，是消费群体中服装购买频率最多，总体购买金额较多的群体，其中女性消费的频率高于男性。该群体具有一定的经济基础，很强的购买欲望，时尚、追求流行、个性、敢于尝试新事物。(二)、30-45岁：该年龄段的消费群体是服装消费的主要群体，是消费群体中购买单件服装价值最高的群体。该群体是消费群体中经济基础最为雄厚的群体，购买欲望同样较强。但该群体大多数的人生观和价值已相对成熟，因此对风格、对时尚都有自己的喜好，其中相当部分人已有自己喜好的品牌，对新品牌的接受程度较低。(三)、45-65岁和65岁以上的人群并不是我的目标对象，这里可以忽略不计。

三、市场分析

1. 优势：学生对于新颖款式的服装的需求，因而有着广阔的销售市场；借助电子

商务的优势，一定程度上采取网上进货，有着自己的价格及质量优势，并有相应的物流条件，扩大了市场范围，降低了成本。

2. 劣势：暂时缺乏实际的经营经验；首期运作资金及流动资金仍需各方协调帮助。

3. 机遇：国家对于大学生创业的一些政策性支持，降低了难度。

4. 威胁：其他人员可以效仿我的营运模式；我仍有很多的竞争对手

四、营销策略

1. 价格：通过网上进货以及自己开发进货渠道，降低进货成

本，在价格上形成自己的竞争优势，以低价格进入市场，一定程度上有利于市场的开拓，吸引最初的客户群，以便完成资金的原始积累。

2. 网络宣传：利用现代先进的网络技术，在各大贴吧、论坛上进行自己的企业宣传，宣传成本低，效果好，影响范围广。

3. 活动营销：举办各类如促销，办理会员等活动，让利顾客，得到顾客的认可。

4、服装业便于崛起，利于把握生存原则：

我之所以认为选择服装业便于崛起，是因为市场之大，购量之强，只要你的产品迎合了大多的消费群体，在一夜之间，你就是赢家。因为是多少人在演绎着这个市场的生存规律，所以，只要你冷眼观看，就能知道自己该怎么着手于这个行业，前行者们都告诉了我们这个道理，不用你再去花钱去买了。再则选择开服装店的优势是服装行业较为成熟，项目需要的成本较低，容易进入也容易启动，很适合我这种刚涉足商业的创业界层，而且自己对服装也有点感兴趣，算是兴趣与事业相结合吧。

从上面数据可知，18-45岁这两个年龄段的消费力相对较高。而处于该年龄段的女性大多都是职业女性或年轻少妇，她们对于服装的追求较为强烈，但对服装的档次不会过分要求。本服装服饰店的目标对象主要定在20-35岁之间的职业女性和有工作的主妇。前者是所谓的单身贵族，后者被称为双薪族。这一目标群体月收入约在1500元以上，无家庭经济负担或属于小康生活家庭，她们多注重服装服饰的款式和搭配，自由支配的费用较多。

五、竞争分析

1、竞争对手的主要优势：企业创办得较早，具有较丰富的市

场经验和销售经验，供货渠道有一定保障，有一定的知名度。

2、竞争对手的主要劣势
a]有的企业服装价格偏高，服装款式太老。
b]存在部分服装质量不好。
c]服务员服务水平不高。
d]没有建立老顾客网信息资源。

3、相对于竞争对手的主要优势
a]服装质量可靠、式样符合女性消费潮流。
b]服装价格适宜、根据裁制服装式样收费。
3、销售地点好。

4、相对于竞争对手的主要劣势：新办企业，缺少知名度，缺少销售经验。

六、与店有关

1. 企业将注册成个体工商户，因为它的优势是利益驱动力强，工作效率高，运营成本低，灵活性大。

2. 资金运作：注重销售和成本计划，由于是初次实际运营门店，缺乏实际操作经验，因而在初期着重于控制成本，提高销售量。所以期初营销策略为尽量控制成本，重视加大宣传力度，扩大本项目影响力，以期得到顾客的认可，从而打开市场，赢得更大发展。

3. 店址的选择尤为重要
a]商业活动频繁。商业活动频繁的地区一般指商业中心、闹市区。

b]人口密度高。在商业街、居民区附近开店，人流量大，各年龄层和社会阶层的人都有，对于服装服饰款式或类型的选择比较容易。

c]客流量大。涉及地理位置和交通条件等因素。

d]交通便利。一般来说，交通便利的话，客流量自然增大。

e]人流聚集或聚会较多。百货商场、服装商场附近的服装服饰客流量较多，因为客人在逛完商场后会顺带到附近的街店转一圈。

f]同类店铺聚集。经营同类商品的店铺越多，顾客在这里进行比较和选择的机会就越多，因此若能集中在某一地段或街区则更能招揽顾客。符合以上条件的地方主要有兆顺商业区、楚一中附近、鹿城大厦附近、阳关大道一带。

经比较分析店面地址：地点的选择对日后店面的营运好坏影响很大，所以一

冰冻三尺非一日之寒，在创业的过程中我会不断吸取经验教训，在信心十足的同时也做好一些失败的打算，要是一个人没了闯劲，甘愿平淡的生活，那么他的一生可能也不会有什么大作为，我还会积极响应国家的相关政策，利用好机遇，以创业代替就业，在创业成功的同时为他人带来就业机会，给国家的经济发展做出一定的贡献，实现自己的人生价值！

服装店铺下周计划篇九

根据国家统计局20xx年的相关统计，我国0-14岁的儿童青少年有2.22亿。根据中国人均消费情况和相关问卷调查数据，预计中国童装消费规模已达到1500亿元。考虑到20xx年的出生率为11.93%，处于比较高的水平，这意味着中国童装市场的规模将继续扩大。作为童装市场的重要组成部分，考虑到高端童装主要由中高收入家庭消费，中国高端童装市场规模已经超过300亿元，非常有前景。

1. 童装市场现状分析：

童装涵盖了0-16岁人群的所有服装。童装企业在定位童装品牌时，可以通过年龄段细分市场。可细分为婴儿装、1-3岁婴儿装、4-6岁小童装、7-9岁中童装、10-12岁大童装、13-16

岁少年装。从国内童装市场的现实来看，我国童装、童装、小童装、中童装的发展已经初具规模，产业水平明显，有自己的龙头企业，品牌相对较多。

中国童装消费增长超过两位数，童装成为服装行业发展的新增长点。据大量相关数据显示，中国童装年产量占中国服装总产量的近10%。童装生产主要在中小企业。近年来，中国童装消费需求保持了较高的同比增长。国内童装企业目前比较没有竞争力。国外童装品牌占据了相当大的市场份额，达到了近50%，而国内童装品牌市场份额较小，只有30%左右，70%的企业处于无品牌状态。随着家庭收入的进一步提高和城市居民生活水平的逐步提高，对童装的需求在现实中很普遍。平时有两套，生日一套，六一套，春节一到两套，一年至少5-6套。市场乐观。与此同时，中国童装市场正逐步从“数量消费阶段”转向“品牌消费阶段”。总体消费特点是：一是过去满足基本生活的实用型开始转向追求美的时尚型。在一些经济发达的城市，消费者对童装的需求倾向于潮流化和品牌化。童装企业在做品牌的时候一定要做一个有文化内涵的品牌。

二、童装市场未来发展趋势

随着中国童装行业的快速发展和市场需求的快速扩大，童装行业的发展前景普遍乐观。中国童装消费巨大，童装市场发展潜力巨大。根据相关人口年鉴，查了一下相关数据，中国14岁以下儿童约有3.14亿，其中城市近1亿，农村2亿多。据估计20xx年以后，中国每年的新生儿出生率将保持一定的增长速度，到20xx年，新生儿数量将达到峰值，比现有的出生人数翻一番，这将形成一个巨大的童装消费市场。

童装行业发展非常快，童装行业未来的发展将是品牌化、服务化、个性化、功能化，具体如下：

1. 侮辱

如今，在一些生活水平较高的发达城市，童装品牌店越来越多。随着生活水平的提高，品牌意识逐渐增强。虽然很多城市都有很多散装童装店，但是一定要有品牌意识。

2. 服务

童装的购买者有直接购买者和间接购买者(指购买和赠送的人)，但父母是间接购买的。现在因为孩子少，所以普遍尊重他们的意见。一定程度上，孩子的意见很重要，会制约购买意向。如何留住客户，促进二次消费，要考虑更多的增值服务，除了单纯卖衣服给他们，还能给他们带来什么？我们能提供什么样的增值服务来提高客户价值，也是提高竞争力、扩大销售的一种手段和发展趋势。

3. 个性化

随着生活水平的提高，对材料各方面的追求会越来越高，审美观点也会变得时尚、时髦。如果孩子有一些个性化的衣服(主要是中年儿童、大孩子、青少年)，就会越来越受到重视，要表达出健康成长、积极上进的良好比喻意义。

4. [经管]功能化

我也查了相关资料，已知市面上有些衣服含有对人脸部有害的物质，不符合环保健康的要求，应该健康穿着。所以在未来的发展情况下，有各种功能诉求卖点，比如可以用于一些不良疾病，有利于提高免疫力的儿童童装等。，会越来越普及。

童装行业的发展任重道远。你或许可以一口气说出十个左右品牌的男装和女装，但你要说出十个左右知名的童装品牌可能有点困难。未来童装的发展极具针对性。国内大品牌会不断加强品牌建议，不断提升品牌知名度和影响力，规模会越来越大；一些非品牌会接受新一轮的挑战，要么再打造一个

市场第一，要么被一些知名品牌收购吞并。一些r&d的能力和设计风格跟不上时尚的中小型企业将举步维艰。

三. 当地市场研究

市场调研是一项非常重要的工作，它随着市场的变化而变化，从而做出相应的评估，及时做好对当地童装店的调查，了解当地童装店的配送和销售情况，了解当地消费者的消费习惯和消费标准。我们应该使用谈话、实地观察和优惠券调查的方法来接收相关的信息收据。

当地市场调查采用以下方法：

1. 采用传统的问卷调查方法收集相关数据和信息(朋友已经委托幼儿园老师将学生分发给家长填写并收回)，然后上街询问实际操作情况。
2. 运用客户谈话的方法，多询问当地目标群体，了解他们的消费习惯。
3. 去当地类似产品的店铺，观察了解他们的店铺装修风格、商品风格和销售额，进行评估。
4. 在租来的. 店面区域要多观察，多了解区域内的人流，目标群体的入场率，以及区域内的商业氛围。
5. 沿街观察或参观当地幼儿园和小学，了解当地年龄组朋友的穿衣风格和流行风格。

问卷调查的内容形式如下:(当时委托一位幼儿园老师和朋友让孩子家长填写，发出200份，收回约150份，有效率75%)

区域市场童装消费意识和消费习惯问卷调查

1. 你多大了？

2. 你的孩子是什么性别？

a. 男生 b. 女生

3. 你的孩子多大了？

4. 给孩子买童装的时候，会在意是不是品牌童装吗？

a. 在意，一定要选品牌 b. 不在意，只要质量和款式好就行。

5. 给孩子买童装，你考虑的顺序是：(选择你最看重的两件)

a. 是 b. 品牌质量 c. 款式 d. 价格吗

六：以下哪些节日你会考虑给孩子买新衣服？

7. 你通常一年给孩子买几套衣服？

a. 2-3套 b. 3-4套 c. 4-5套 d. 5-6套 e. 6以上

8. 你想在孩子的衣服上花多少钱？

9. 去店里买衣服，最后选谁？

a. 大人是主人 b. 孩子买自己喜欢的 c. 看情况。一般情况下，大人才是主人

10. 买衣服的时候，喜欢什么样的标价方式？

a. 明码标价，发售时有相应折扣。我不喜欢清楚地标明价格，店员问了价格，然后还价

xi[]你的月收入是多少？

非常感谢大家的参与和支持。请留下您的联系方式。

您的姓名：

联系电话：

上表中的调查内容可以帮助我们了解：

1. 当地儿童的年龄分布较为集中
2. 不同年龄组的男女性别比例。
3. 当地人重视品牌意识吗
4. 当地人愿意花多少钱买一件童装
5. 间接和直接消费者的购买权
6. 当地居民的收入和消费水平
7. 当地童装一年的购买需求如何
8. 父母什么时候会考虑给孩子买童装
9. 当地的消费意识是注重质量、款式还是价格
10. 目标群体是喜欢采用明码标价还是关注大单店员的报价然后讨价还价

四个地方童装市场调研分析报告

根据市场调研收集的数据进行分析总结(未总结)

童装店名称及解读(未分析)

拟选童装店名称参考:(待分析——与市场品牌童装不同名原则)

小葫芦，向日葵，可可，童星，贝贝音乐，唉…

6. 店铺位置和装修风格

在商业上，“三步一选”，三步一选址，意味着店面的重要性。好的店面有好的产品会成功一半，所以店面的选择很重要。商店位置要求：

1. 在当地的商业街，人流量大，目标群体相对集中
2. 当地热闹的步行街
3. 当地幼儿园和小学集中或临时的地区
4. 当地儿童服装店集中的地方
5. 住宅区和住宅小区

装修风格以黄、橙、绿为主，店外要融入突出大气、欢快、可爱的元素。店铺的主要背景是黄白色水晶字，店铺的主要风格是营造温馨可爱的氛围。应设置几个独立的衣柜书桌、试衣间和休息区。最好有一些小区域，让孩子可以实际制作一些小玩意。整体风格高档，充满童趣。具体细节将根据店面的外观和位置、店面的实际尺寸以及装修设计图来确定。

7. 运行方式

主要是多品牌管理，也就是服装行业的人通常说的做散货，掌握并灵活操作，走中高档路线，暂时不考虑品牌加盟。一定程度上，由于厂商成熟的扶持政策和市场策略，厂商在款

式交付各方面也会有所安排，省时省心省力；另一方面制约了你的发展思路，包括店面的统一装修风格和产品定价。在人口容量小的小城市，可能不适合做品牌。而散货可以有自己风格的店面装修，有自己的定价策略和发展规划，不受限制，投入成本相对较少。

根据当时的实际店面大小和陈列，产品分为实用型和礼品型。童装的间接购买群体来自于一些把童装当礼物赠送的顾客。因此，将童装作为礼物出售将是一种新的营销方式。走送礼路线在实践中会遇到很多问题。大宗产品外包是最常见但也是最实际的问题。如何操作，要看市场。

走“一书两赢三发展”的战略路线，一是第一年，在正常运营的前提下可以收回投资成本；双赢是第二年的盈利期，开始实现盈利；三年发展期，考虑扩大规模，实现进一步发展。

八大商业理念和发展计划

按照上述管理模式中提到的“一本书、两赢、三发展”的战略发展路线，小店从销售型转变为生产型、服务型。发展目标远大，任重道远。十年目标计划如下：

第一年：当期产品以质量保证为基础，投资成本可以收回。作为新手，很多方面，包括购买和销售技巧，都是一个学习和适应的过程。同时在运营的第一年，发展老客户，培养客户忠诚度，通过发展会员等老客户不断带来老客户。实际操作是一个长期坚持的过程，做童装店的风格，以销售为主，培养客户群体，同时也是一个长期坚持的过程。传统的方法，开发会员制，开发新客户都比老客户难很多，但要让新客户成为老客户，成为忠诚的老客户，就更难了。也就是说，上述的服务型发展，如何提高客户价值，如何留住老客户，如何给他们更多的增值服务，都是值得我们思考的问题。通过会员的发展，对会员客户实行一定的优惠和会员积分制度。

第二年:是盈利阶段。在销售的同时，专注于店名的打造，多做自己店名的宣传推广。在这一年里，本地顾客不需要记住我们店卖什么牌子的衣服，但是可以记住我的店名，这是成功的。在保证盈利的基础上，如有可能可以申请店铺名称和商标的注册。

第三至第四年:在实现盈利的基础上，重点实施“三个发展”战略，扩大规模，在其他地方开设分店，统一店名、风格、装修，打造有自己形象的童装店，强化内部管理体系，走长远发展路线。同时，童装店名商标注册成功，并(作为未来产品名称)获得独立商标许可(一般申请完成半年至一年)

第五到第六年:同样的“三个发展”战略，销售业绩的提升仍然是最根本的。在实现盈利的基础上，商标注册成功后，公司打印自己的店名标签，以店名作为产品名称，进行oem加工生产，由直销变为代生产。

第七年到第八年:在实现盈利的基础上，以自主品牌产品为主，其他产品为辅，着力打造品牌，打造本土品牌。产品诉求点会从物质层面转化到精神层面，在品牌知名度、影响力、美誉度等方面进行相关的推广和创新，使品牌实力在各个方面都得到提升。例如，我们可以在前面项目成功进展的基础上实现自己的生产。

第九至第十年:实现自主生产，完全由销售向生产导向服务转变，力争成为当地童装店的服装供应点，同时吸引地区和省内投资，走经销加盟或垄断的路线，从地区向全国进一步发展。

9. 开业促销活动

开业时吸引人气很重要。因此，推广活动、店铺布局和媒体宣传要协调统一。通过当天的优惠促销，可以激发效益，达到扩大销售的目的。

推广主题：“热烈祝贺××儿童服装店隆重开业”

推广时间：周六或周日是最好的开放时间。学生家长通常会休息一下。有了有效的担保人流，他们可以在正式开业前一两天开始试营业。推广时间不宜过长或过长，过长会减少兴趣激励内容，且过短不足以传达推广信息，以不超过七天为准。同时，借助开业促销，可以在短期内增加到店人数，增加销量，扩大销量。

媒体宣传：

当地报纸刊登了当天的开幕信息

发放相关活动传单(提前一天在当地住宅商业街向人群发放)

商店布局：

横幅、拱门等。包括一些旗帜、气球、衣架等。在店内营造良好的开业氛围。

sp推广：(当时只是初步起草，调查内容最好结合时间和城市)

1. “庆祝开业快乐，送一个幸运的人”。开业当天身份证号码和车牌号码与开业日期相同的家长，凭相关证件可在店内免费获得一份精美礼品！礼品价值5-8元左右(限每天8个)
2. 开业前会打印20元券，消费者可以在开业前三天通过广告免费领取。开业当天，20元可抵40元现金使用。(150元购物后才能使用)
3. “有go买的时候要有礼貌”：50元开业的客户会得到一份免费礼物(每天限前十名客户)
4. 当天推出“小寿星礼包”。当天过生日的孩子，凭有效证

件会返还20元现金，花了300多就返还30元现金，以此类推。

5. 活动期间每天一件特别童装，开幕当天全场打八折。

十项投入成本和效果分析

投入成本估算：

根据三四线城市一般商业街的店面选址标准，

店铺装修费用：8000元左右

存放内衣架等费用：4000元

购买费用：13000元左右

其他杂费：3000元左右