# 服装创业计划书总结(14篇)

来源：网络 作者：梦里花开 更新时间：2024-07-10

*光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。服装创业计划书总结篇一由于资金有限...*

光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**服装创业计划书总结篇一**

由于资金有限只有5万元，所以我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所以暂就来个传统行业，服装行业。 我的项目是做服装行业，开个女式老年服装店。热点推荐： 49种简易创业赚钱方法大比拼 我奋斗一年半，身家50万 一个四十岁创业者的故事 厉害！一个不可思意的打工妹 故事：我的淘宝升钻之路 阿里一商友的创业传奇 在选定行业之前，我先衡量自己的创业资金有多少，5万元。因为，各行业的总投资有高有低，每一种行业都不一样，所以，先衡量自己所拥有的资金能够做那些行业，再来做进一步的规划。

选择开老年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。而且自己对服装也有点感兴趣，算是兴趣与事业相结合吧，呵呵。

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。经过调查我发现在闵行莘庄这快商圈不错，闵行区作为上海发展的主要居民居住区之一，莘庄又是闵行的中心，这里交通发达，人口密集，市场是没问题。而且这里以后还要建一个大型的亚洲商品交易中心，前景广阔。最后我把店面选在了莘庄的水清路上，仅挨店面就有一个公交车站，前面是个大马路，平时无论白天晚上人来人往。而且一百米开外就是地铁站，人流量是可想而知的。周围又都是老居民区，固定人口多，地块成熟，消费力旺盛。另外我发现这条街上还有几家为数不多的衣服店，但大都定位居高，价格昂贵，款式单调稀少。平时也很少有人光顾。因为这里虽然居民多但大都是普通老百姓，富人很少，不适合销售高档消费品。这里虽然人流量大但大都为上班一族，消费能力为中低档。我的定位就是中低挡符合市场需求。同时和其他几家店没有冲突，差异性存在。 店面的租金也不高5000元/月，付三压一，（上海都这样）。找好店面之后，接下来就是要与房东签约。而且，这个动作不能太早，必须待前面几项步骤都完成后才能进行。因为，一旦与房东签约之后，就开始支付房租，自然就会有时间压力。所以，我在与房东签约之前，一切能做的筹备工作与书面数据（包括营业证照的办理等，这里我就不在熬述了），都先准备好了。在与房东签约时，租期最好不要太短，如果只签一年，可能一年后才要开始回收，结果店面却被房东收回去，租期以三至四年为较理想的签约期限。我签的合同是三年，即使将来经营出了问题我也可以转租出去（这里的房租一直在涨）。店面承租下来，需要一段装潢期，所以我向房东情商，租金起算的日期让他扣掉装潢期，以降低租金支出。呵呵，能少烧钱就少烧点，谁让咱只有5万元起步金呢。

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。譬如，开咖啡店就一定要找有咖啡店装潢经验的厂商，开儿童美语就必须找有儿童文教装潢经验的厂商。因为，装潢厂商如果没有同类型店面的装潢经验，到时候所装潢出来的店面，在实务操作上，就未必能完全符合需求。届时，如果再打掉重做，当然就费钱费时。

所以，我在装潢前请装潢公司先画图，包括平面图、立面图、侧面图、所要用的材质、颜色、尺寸大小等，都要事先注明清楚。为便于沟通清楚自己所想要装潢的模样，最好先带装潢厂商到同类型的店去实地观摩，说清楚自己想要装潢的感觉，这样装潢出来的店面，才会比较贴近自己的想法。

我要求的装潢效果如下：

1、 门口醒目的广告明确，让路过的人一目了然店内是卖什么东西！重要的一点，相同的衣服挂在不同档次的的店铺会用不同的效果，不要因自己店内整体的形象影响到自己的衣服的档次，影响到顾客的购买欲！当然本店刚开张简装为宜。

2、 灯光等硬件配备也非常重要的，如果店铺不够亮膛，给人感觉就是象快倒闭的！晚上门头的灯一定要亮，一下子能吸引路过的顾客的眼球！灯光也能让衣服更动人，但是不同的灯光会有不同的效果，冷暖结合是老年服装店最适合的，如果全部是冷光（也就是平时所看见的白色灯光）店铺虽然亮堂，但是给人的感觉惨白不够温馨，衣服会显得不够柔和！加上暖光灯（平时看见的射灯之类的黄色光）能中和惨白感觉，照射出的衣服也更动人！空调在夏天必需要俱备，不然店里很难留住顾客有耐心挑选衣服的，身上粘滋滋的，试衣服也不会有心情的！热点推荐： 49种简易创业赚钱方法大比拼 我奋斗一年半，身家50万 一个四十岁创业者的故事 厉害！一个不可思意的打工妹 故事：我的淘宝升钻之路 阿里一商友的创业传奇

店面装潢一共花了5000元，这还是省着点花的，包括我自己做小工，就5万省着点吧。

万事具备只欠东风，下面进入正题，我该讲讲怎么买生财的工具：衣服了，怎么进货选货

一、 选货及进货

1、 选货：

选样，款式，品牌，数量 选货要掌握当地市场行情：出现哪些新品种?销售趋势如何?社会存量多少?价格涨势如何?购买力状况如何?大体上能心中有数。 品牌以杂牌为主，以外贸货为主。 进货要适销、适量，要编制进货计划，当然在进货过程中也可应变修改。进货时，首先到市场上转一转、看一看、比一比、问一问、算一算、想一想，以后再着手落实进货 少进试销，然后在适量进货。因为是新店开张所以款式一定要多，给顾客的选择余地大。 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，但只上部份新货，一部份留着星期天上！如果进入销售旺季，三四天就补一次货！ 象“三八”“五一”“国庆”等几个销售高潮，不要等到差不多时间时再准备货品，提前半个月就可以先开始准备了！要给自己有足够的安排时间才行！

2、 进货渠道：

上海七蒲服装批发市场或杭州四季青服装批发市场。新店开张暂时只在七蒲服装批发市场进货。同一城市就近方便，等日后销量上去，在去杭州四季青服装批发市场。

我计划雇佣三个人，两个小姑娘最好是漂亮mm（不要骂我色，爱美之心人皆有之，漂亮mm容易招揽顾客奥），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）。两个小姑娘的工资，800/月+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，800/月+提成1%，不收银出了问题它要负责。

1， 房租：5000/月，付三压一，20000元

2， 装修费5000

3， 第一次衣服货款20000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

一、开幕促销

当一切都就绪之后，就准备择期正式开幕。开幕当天为招徕顾客，办一些促销活动势不可免，促销活动不外乎打折、赠品及抽奖等三大类型。同时在周围小区散发些传单。

二、衣服的陈列

做女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的来销售！产品陈列上要突出自己服装的特点，把上衣，裙子，裤子，套装等分开陈列，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，如果只想买裙子的，他只需在裙子类挑选，如果买了裙子又想配上衣，直接可以到上衣类去搭配！量多的款可以用模特出样，往往出样的衣服是卖得最快的！橱窗里的出样要经常更换，这不能偷懒！49种简易创业赚钱方法大比拼 我奋斗一年半，身家50万 一个四十岁创业者的故事 厉害！一个不可思意的打工妹 故事：我的淘宝升钻之路 阿里一商友的创业传奇

三，长期发展营销策略

1、 原则：

每周都要有新货上架，以中档为主，高低档为辅（高档点缀低档适量）

2、 方针：

尽量把其中的每个环节作成标准化，以备日后发展连锁，即模式复制

3、 服务：

训练营业员的基本利益，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所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。

4、 方法：

（1） 初次来店的惊喜 ① 免费赠送小饰物，小挂件，让其填一份长期顾客表（做客户数据库）

（2） 增加其下次来店的可能性 ① 传达每周都有新货上架的信息 ② 利用顾客数据库，以某种借口施以小恩惠，使其来店领取或告知打折消息，或者免费送过季衣服（要定量）或送生日礼物等 ③ 购适量女士手袋告知顾客一次购物满400元送一只女士手袋（女士手袋要在店内陈列出来，进货以38元标价300+的那种为宜，给顾客物超所值的感觉）或者累积消费600元及以上。（获得奖励之后在从新累积）

（3） 满意购物并使其尽可能介绍其他买家来店购买 ① 告知顾客量大或团购可优惠，如：一次购满500元及以上打8折等，或者个人累积消费1000元既获得一张8折的金卡 ② 介绍新顾客，如：每介绍一位新顾客并购满200元及以上送推荐人50元购物卷等。

（4）不定期打折 ①人一定程度上都喜欢贪小便宜，女人就更是如此了。\"店铺开张大赚送\"、\"本店商品八折优惠\"，也可以采用买一送一的策略（送的货以滞销货为主，过季货为辅） 这些招牌通常能抓住女人的心。

（5）一年中做几次短期促销，售价定为10－30元，非常聚人气！再把店内滞销款低价一起处理！如五一，十一，三八等最佳时间

综上所述我用5万元开一个女式老年服装店，是不是能够成功当然还需实践中去检验了

**服装创业计划书总结篇二**

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。经过调查我发现在闵行莘庄这快商圈不错，闵行区作为上海发展的主要居民居住区之一，莘庄又是闵行的中心，这里交通发达，人口密集，市场是没问题。而且这里以后还要建一个大型的亚洲商品交易中心，前景广阔。最后我把店面选在了莘庄的水清路上，仅挨店面就有一个公交车站，前面是个大马路，平时无论白天晚上人来人往。而且一百米开外就是地铁站，人流量是可想而知的。周围又都是老居民区，固定人口多，地块成熟，消费力旺盛。另外我发现这条街上还有几家为数不多的衣服店，但大都定位居高，价格昂贵，款式单调稀少。平时也很少有人光顾。因为这里虽然居民多但大都是普通老百姓，富人很少，不适合销售高档消费品。这里虽然人流量大但大都为上班一族，消费能力为中低档。我的定位就是中低挡符合市场需求。同时和其他几家店没有冲突，差异性存在。

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。譬如，开咖啡店就一定要找有咖啡店装潢经验的厂商，开儿童美语就必须找有儿童文教装潢经验的厂商。因为，装潢厂商如果没有同类型店面的装潢经验，到时候所装潢出来的店面，在实务操作上，就未必能完全符合需求。届时，如果再打掉重做，当然就费钱费时syb服装厂创业计划书syb服装厂创业计划书。

所以，我在装潢前请装潢公司先画图，包括平面图、立面图、侧面图、所要用的材质、颜色、尺寸大小等，都要事先注明清楚。为便于沟通清楚自己所想要装潢的模样，最好先带装潢厂商到同类型的店去实地观摩，说清楚自己想要装潢的感觉，这样装潢出来的店面，才会比较贴近自己的想法。

我要求的装潢效果如下：

1、 门口醒目的广告明确，让路过的人一目了然店内是卖什么东西!重要的一点，相同的衣服挂在不同档次的店铺会用不同的效果，不要因自己店内整体的形象影响到自己的衣服的档次，影响到顾客的购买欲!

2、 灯光等硬件配备也非常重要的，如果店铺不够亮膛，给人感觉就是象快倒闭的!晚上门头的灯一定要亮，一下子能吸引路过的顾客的眼球!灯光也能让衣服更动人，但是不同的灯光会有不同的效果，冷暖结合是服装店最适合的，如果全部是冷光(也就是平时所看见的白色灯光)店铺虽然亮堂，但是给人的感觉惨白不够温馨，衣服会显得不够柔和!加上暖光灯(平时看见的射灯之类的黄色光)能中和惨白感觉，照射出的衣服也更动人!空调在夏天必需要俱备，不然店里很难留住顾客有耐心挑选衣服的，身上粘滋滋的，试衣服也不会有心情的!

(一)、 选货及进货

选货：选样，款式，品牌，数量

选货要掌握当地市场行情：出现哪些新品种?销售趋势如何?社会存量多少?价格涨势如何?购买力状况如何?大体上能心中有数。

品牌以杂牌为主，以外贸货为主。进货要适销、适量，要编制进货计划，当然在进货过程中也可应变修改。进货时，首先到市场上转一转、看一看、比一比、问一问、算一算、想一想，以后再着手落实进货少进试销，然后在适量进货。因为是新店开张所以款式一定要多，给顾客的选择余地大。

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，但只上部份新货，一部份留着星期天上!如果进入销售旺季，三四天就补一次货!

象“三八”“五一”“国庆”等几个销售高潮，不要等到差不多时间时再准备货品，提前半个月就可以先开始准备了!要给自己有足够的安排时间才行!

(二)、 进货渠道：

(1)、批发市场进货

对于淘宝上大多卖家来说，去批发市场淘货是主要进货渠道，优点是能看到实物，可以寻找自已定位款式。缺点是批发市场上款式抄版的太多，无法做到独家享有，价格无法自已掌控，若在二手批发市场进货价格方面更没有优势，如果去一手批发(广州白马、十三行、虎门富民、黄河、杭州四季青等)市场进货，也得掏路费、餐费、住宿费，还得劳累地来回于批发店内穿梭，要是算上成本进货价也不低，总体来说，去批发市场进货价格和款式没有多大优势。

(2)、网批

由于批发市场进货优势不大，有不少淘宝卖家选择网上进货点点鼠标，货品自动送货上门。优点是省心省力，进货成本有所下降。缺点是实物和图片有时有所差异，款式无法做到独家经营。

(3)、拼货厂家直接下单

优点是进货价格方面降到最低点，款式方面共享商家不多。缺点是量比较大，有存货风险，同风格款式拼货商家不好找。

(4)、提供款式图片，下订单小加工厂制作

现在不少加工厂也承接一些小订单制作(就如本人自开针织服装厂就是走这条路)，优点是款式可以做到独家经营，价格方面比去批发市场又降了不少，款式和价格方面优势明显，服装卖的是什么?不就是款式和价格吗?缺点是需自寻款式，进货时间稍长，所以偷懒或没有时间计划观念的人，最好不要操作。

1、衣食乃生身所需，市场之大

衣、食、住、行是人类生活的四大元素。人们把“衣”放在首位,可见衣服对于我们的重要性。作为衣食住行之首，人类对锦衣美服的追求似乎永远没有止境。不管是遍布大街小巷、星罗棋布的个性服装店，还是各大商场的高档品牌服装，从几十元的低档地摊货到高达数千元甚至数万元的进口服装，尤其是女式服装只要符合潮流和消费者的口味，都有人愿意掏钱捧场。人可以吃好吃坏，有的还可以自己家的，但人不能不穿衣服，更不能自己生产，所以在这方面上是肯定有需求的;随着人们生活水平的提高，人们的审美情趣，都随之而变，不仅讲穿，还讲究怎么穿，穿什么样的，穿的是否如意;所以穿，有着很大的市场，每人都必须的; 冷静一下，市场之大，竞争者，也比比皆是;犹如一块奶烙上，己有了无数的蚂蚁，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;这就是我们即将面对的最重要的根本。

2、服装业便于倔起，利于把握生存原则;

我之所以认为选择服装业便于倔起，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，很适合我们这些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syb服装厂创业计划书工作计划。

“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，但给予我们一处警示，我们要想生存，就必须解决一些问题：我们服装规模、产品定位、群体目标等。

国内成年服装年龄段分类基本为：18-30岁，30-45岁

1、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。

2、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。

**服装创业计划书总结篇三**

服饰店的优势是服饰行业较为成熟，项目需要的成本较低，容易进入也容易启动，且回收成本快、利润高，经营上轨以后容易产生固定顾客，稳定客源。

主要针对16——22岁，23——29岁，30岁——35岁的人群，分为低档，中档，高档。（应附属说明服装店服饰类型，例如休闲装、成人装、运动装。）

16——22岁以学生居多，而现在的学生大多数90后的孩子，他们喜欢特立独行，喜欢个性，也就是所谓的非主流，他们不需要品牌只要求和别人不一样，彰显个性。所以需要前卫、时尚、独特的商品来满足他们的需求，并且现在哈韩势头有增不减，所以韩流服饰也会吸引他们的眼球。

23——29岁属于成年人，有一定的支付能力，他们是属于80后的人群，也喜欢独特和潮流的服饰来展现自己，并且他们最求品牌，认识品牌，了解品牌，喜欢追着品牌走。但是由于家庭的压力和品牌服饰很高的价格，他们都望而却步。

30——35以上的人群他们有相当的支付能力，随着社会的发展，经济的进步，他们也开始对自己的形象更加美化，并且要求更高。

鲅鱼圈地区一般低档货源来自西柳，且类型单一，给消费者带来不了新奇感，大多数消费者都选择别的地方去购物消费；中档的服装店，里面的货样不是很全，只能满足少一部人的需求；高档品牌店只有2、3家，且只有运动品牌。

按人口来说，鲅鱼圈现已将近30w的人口，而16——40岁的人口将近25万，除去一半没有消费实力的人群，在除去一部分没有意识消费的人群，也还有10万人左右的消费群体，这些群体中在被别的服装占有一部分，而按市场占有划分率来算，面对人群仍然有5万左右，这样人群对于一个服装店来说已经供不应求。

1。优势分析：

1）本人持有大学生自主创业证，可以免事业税和减半商业税。

2）货源：有大量从上海、温州、杭州、广州、香港、韩国等不同地方的原单服饰供应，且价格优惠。

3）品牌：大量的品牌服饰，如服饰有dior、only、g—star、香奈儿、d&g、阿玛尼、李维斯等一些韩服品牌；鞋有adidas（阿迪达斯）、dior迪奥、耐克等；包有lv（路易威登），gucci（古驰，意大利的名牌），versace（范思哲），chanel（香奈儿），cd（克里丝汀迪奥）。

2。劣势分析：

鲅鱼圈的店铺选址是问题所在，暂时没有合适的位置。

1。选址：现在鲅鱼圈的服装商圈以商业大厦为中心，店面大部分为4000元/月左右的价格，就发展来看以后中心医院附近商业区的建立为新的中心。那里现在的租金20xx元/月，按现在来看，按4000元/月，租一年为4。8万，按半年付一期为2。4万。

2。店铺装修：具体装修可以依据房子架构来设计。

1）门口醒目的广告明确，让路过的人一目了然店内是卖什么东西！重要的一点，相同的衣服挂在不同档次的的店铺会用不同的效果，不要因自己店内整体的形象影响到自己的衣服的档次，影响到顾客的购买欲！

2）灯光等硬件配备也非常重要的，如果店铺不够亮膛，给人感觉就是象快倒闭的！晚上门头的灯一定要亮，一下子能吸引路过的顾客的眼球！灯光也能让衣服更动人，但是不同的灯光会有不同的效果，冷暖结合是服装店最适合的，如果全部是冷光（也就是平时所看见的白色灯光）店铺虽然亮堂，但是给人的感觉惨白不够温馨，衣服会显得不够柔和！加上暖光灯（平时看见的射灯之类的黄色光）能中和惨白感觉，照射出的衣服也更动人！空调在夏天必需要俱备，不然店里很难留住顾客有耐心挑选衣服的，身上粘滋滋的，试衣服也不会有心情的！

所以装修费粗略计算为5000元。

3。进货预算：先批进货以中低档为主，高档点缀，所以2万元。少进试销，然后在适量进货。因为是新店开张所以款式一定要多，给顾客的选择余地大。

进货安排每半个月的星期三或四，这样每个星期六店内肯定是有新品到货的，但只上部份新货，一部份留着星期天上！如果进入销售旺季，一个星期就补一次货！

4。人力规划：我计划雇佣三个女生，两个主要负责接待顾客，另外招一个有经验收银。两个导购的工资，800/月+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，1000/月+提成1%，收银出了问题要负责。工作时间为：早上9点——晚上9点。

投资金额分析，每月费用分析：

1。房租：4000/月，付六压一，24000元

2。装修费5000

3。第一次衣服进货20000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6万内6。余下10000做流动资金使用

1。开业促销：

1）全部货品打8折

2）印会员卡（只限500张）持卡购物优惠更大，只限开业当天和第二天使用，当天购物满1000元为钻石卡会员，以后持卡可打7。5折；购物满600元为金卡会员：以后持卡可以打8。5折优惠；满200元为会员，持卡可以享受9。5折优惠；并且有会员登记载入电脑，生日时候有意外的收获！

3）活动（略）

2。衣服的陈列

做女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的来销售！产品陈列上要突出自己服装的特点，把上衣，裙子，裤子，套装等分开陈列，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，如果只想买裙子的，他只需在裙子类挑选，如果买了裙子又想配上衣，直接可以到上衣类去搭配！量多的款可以用模特出样，往往出样的衣服是卖得最快的，橱窗里的出样要经常更换。

3。店铺运营模式

1）原则：每周都要有新货上架，以中档为主，高低档为辅（高档点缀低档适量）。

2）方针：尽量把其中的每个环节作成标准化，以备日后发展连锁，即模式复制。

3）服务：训练营业员的基本利益，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所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。

4、顾客维护

（1）初次来店的惊喜

免费赠送小饰物，小挂件，让其填一份长期顾客表（做客户数据库）

（2）增加其下次来店的可能性

①传达每周都有新货上架的信息

②利用顾客数据库，以某种借口施以小恩惠，使其来店领取或告知打折消息，或者免费送过季衣服（要定量）或送生日礼物等。

③购适量女士手袋告知顾客一次购物满400元送一只女士手袋（女士手袋要在店内陈列出来，进货以38元标价300+的那种为宜，给顾客物超所值的感觉）或者累积消费600元及以上。（获得奖励之后在从新累积）

（3）满意购物并使其尽可能介绍其他买家来店购买

①告知顾客量大或团购可优惠，如：一次购满500元及以上打8折等，或者个人累积消费1000元既获得一张7。5折的钻石卡。

②介绍新顾客，如：每介绍一位新顾客并购满200元及以上送推荐人50元购物卷等。

（4）不定期打折

①人一定程度上都喜欢贪小便宜，女人就更是如此了。“店铺开张大赚送”、“本店商品八折优惠”，也可以采用买一送一的策略（送的货以滞销货为主，过季货为辅）这些招牌通常能抓住女人的心。

（5）短期促销

一年中做几次短期促销，售价定为10—30元，非常聚人气！再把店内滞销款低价一起处理！如五一，十一，三八等最佳时间。

综上所述6万元足够开启一家服装店铺，并且拥有潜力非常大的市场空间里，服饰行业是小投入丰厚利润的最佳选择。希望有意的投资人来和我商谈，本人真诚期待与您的合作，共创辉煌！

**服装创业计划书总结篇四**

高级服装定制创业计划书范文：前沿：我是一名服装设计师，在服装行业已经摸爬滚打了十多年。从一名服装院校的学生到一位服装设计师，从一名版师助理到能熟练掌握服装打版技术和制作工艺的设计师，这十年走来很艰难，但始终有一个信念支撑着我不抛弃不放弃，那就是做一名出色的服装设计师、做自己的品牌、拥有自己的顾客群。对我的每一位顾客始终认真负责的对待，无论他们地位高低，身份如何特出，都尽量做到让每一位顾客满意。

我一直从事服装高级定制这个行业，这是一个具有一定技术含量的服务型行业，也是在中国不断发展的行业，前景非常光明。

背景：首先，随着人们生活水平的提高，对审美的要求也越来越高。以前人们对服装的要求只是能穿就行，可是，随着中国近年来和世界经贸往来的加强，时尚也悄然被爱美的人们所接受。人们对服装不断提出高要求：从颜色---样式---版型---合体程度。

很多爱美的人们，他们知道自己要什么，不要什么，什么适合，什么不适合。他们要穿适合自己的，属于自己的衣服，而只有定制才能保证他们要求的个性和唯一性。

再有，人们的体形各异，身高各异。大批量生产的服装，只能满足身材比较标准的人，一些想穿爱穿的人，只因身材不标准就被漂亮衣服拒之门外。定制就不存在这样的问题，什么样式都可以按顾客自己的尺寸来做。

之前我在北京工作，做为一个土生土长的天津人，现在打算回津发展。根据我的调查，天津本市服装品牌很多如：应大、金弘达、福芬、神思等都做的很好,但值得注意的是:上述品牌中没有设计师品牌的身影.而世界五大”时装之都”都以其最著名的设计师品牌而闻名.通过一年两季的时装发布会，引领着世界时装的流行趋势。

北京20xx年底提出“时装之都”规划纲要之后，北京服装企业和服装品牌得到快速发展。并提出“设计师品牌培育不能忽视”的发展方向。通常来说，在服装品牌中，设计师品牌档次最高。国际上最著名的时装品牌几乎都是设计师品牌。

如：迪奥，夏奈尔，三宅一生，华伦天奴，范思哲，皮尔卡丹等。因此，北京重视培养设计师品牌，设计师品牌也发挥了越来越重要的作用。而天津是大都市，和北京距离近，也具备发展条件。

设计师品牌分三类：1、以设计师命名的品牌;2、另起一名字做为品牌核心;3、由设计师主导的品牌。我要做的是第一种，以设计师命名的品牌。

设计师每年开发布会，吸引买家、媒体、名流。提供未来服装流行趋势，包括款式、色彩、面料等。北京提出要确立“服装之都”的国际地位，而天津和北京只有一百多公里，有广大的消费群，完全可以跟随北京的发展，提高天津人着装档次。

设计师品牌注重设计的原创性、风格和个性，不追求大批量生产和规模经济。1、每款产量小，可避免产品因过时而造成大量积压，增加成本。2、店铺少，减少运营成本。前期投入小，以定制为主，就是以销定产，所以营利率高。设计师品牌个性强，艺术品位独特，符合现代人们对服装消费的时尚性，风格和个性品位要求。天津作为一座老工业城市，直辖市是有一定的消费能力和服装个性化需求的。在天津做，成本低于北京随着知名度的提高，也会吸引一些北京消费。

设计师品牌服装以社会富有阶层和名流为主要服务对象。在解放前，天津、北京、上海等大城市都有很多裁缝店为富有阶层服务。现在设计师品牌的高级定制等同于高级裁缝店，只是比过去的裁缝店从制作、服务、工艺水平等方面提升了档次，加入了实际设计元素，不再是千篇一律的西服、旗袍等固定款式，在款式、花样、面料、用途等方面都多元化了。

将来，设计师品牌店会代替裁缝店而成为社会主流的服务行业，就象现在的美容美发沙龙代替了传统的理发店一样。只是设计师品牌的服装店对设计师要求会更高，不再是简单的裁缝了。

当前，设计师品牌服装的市场非常有限，特别是设计师品牌的定制服务，大多以政府要员，影视名人，体育明星，企业家为主。在北京有优势，我想在天津发展主要考虑到：

1.天津消费人群多，一些年轻人对美很有自己的品味，现在新娘对婚礼当天的礼服要求也很高，可在天津能定制婚纱，礼服的服务很少，市场前景很广。一些经常出席社交场所的人也很多，他们对礼服也有需求。礼服是一件对和体度要求很高的服装，只有定制可以完成，如果价格定在千元左右，会吸纳很多中等消费人群。在天津租一件婚纱礼服价高者也几千元不等，这价位如果做一件只属于自己的礼服可以永久保存的话，会有很多人弃租为定的。

2.一些有消费能力的多为中年人，他们的身材多有变化，而他们的工作和身份都要求穿着合体，也为定制提供了客源。

3.在北京聚集了大批设计人员，有近200个服装设计工作室。在天津没有这么多，而拥有几百万人口的城市，也为设计师提供了丰厚的土壤。

在中国随着时代的发展，社会消费倾向已由大众化向个性化转变，因此为设计师品牌提供了良好的机遇。

我有一个3---5年的计划，第一年，设立工作室，在高尚成熟的社区。

工作室地点在南开区白堤路和鞍山西道交口处，风湖里高层租用一处工作室。这里交通便捷，小区多为成熟社区，属繁华地段，周围是it产业园区，分布着税务，工商等国家机关，天津大学，南开大学，中医附院等属高收入人群聚集区。

在网上我有推广博客“d&m定制”，在北京为多位影视名人设计定制衣服，客源稳定，宣传方面有专人负责(和北京一家传媒公司有业务合作)，能承接高质量要求的定单。和北京一些杂志社有合作(在有名人拍片时，服装由我们提供)。在天津我们也打算和一些主持人合作，做为品牌的宣传推广，这部分费用每年在三到五万元左右。

我本人熟练掌握各类服装的制版技术，(从男装到女装)。在用人方面我们选用有技术基础的年轻人，在工作中培养他们，指导他们，使他们在自己的工作种类方面，一专多能。对服装制作有完整的认识和掌握。不在是厂里的流水线工人，只会做领子或口袋，让他们可以独立成件。

在工作中学习，在学习中工作。不再是一道工序把人做烦了，对做衣服产生厌烦。而是提高他们的技术水平，逐步让他们爱上做衣服，提升把衣服做好的兴趣。只有爱上做衣服，才能做好衣服。在这方面，我们的工资水平高于服装厂工人一些，熟练工月薪20xx元以上。

我一向提倡好衣服表里如一，目前一些做衣服的，他们只是重视衣服的样式，忽略衣服的实用性。把衣服卖了，赚钱就行，只考虑样子新颖就行，但我认为一件衣服是否有生命，主要在于它的实用性。

从面料上：首先穿着舒适，不是什么面料都适合穿着，我们选用天然织物的面料，冬天选用纯毛，纯绵织物，夏天选用纯丝，纯绵，纯麻织物。尽量少用化纤面料。例如：冬天的衣服都有里有面，对于里料我们配合面料使用，采用真丝里料，可以防静电。采用棉里子保暖度好等。辅料也不马虎，拉链选用“三力，ykk”等。

从款式上：可以根据顾客自身特点建议什么款式适合，流行的不一定适合。例如：一个人身材矮小，就不适合款式过长的，简单利索为好。体形胖，衣服不能宽大。合体度高为好。我们的目的是打扮顾客。宗旨是定做他们需要的，适合的。

每季提供优质高档面料给顾客，今后只要由我定制的衣服在款式上都可以享受一次修改(变样)，提高服装使用率。

我们追求高品质，从面料—做工—合体度。天津市场和我们品质相当的服装，价格在千元以上，在北京，上海等城市价格会在上万元。我们把价格订在几百元---几千元不等，在价格上低于同品质的衣服，我们以定制抢占有消费力的顾客，这样成本高于批量生产的衣服，但以销定产，前期的投入成本降低了。

我们目前随着知名度的提高，顾客也在增加，我们的队伍会有所扩大。我们可以为爱做衣服的人，想学做衣服的人提供以学促干，以干促学的工作环境。让更多的人加入到做衣服的队伍中来。

这一年的资金投入主要是房租(三万元左右)，员工工资(七万多)的硬性投入。我们有一些面料库存价值(5万多元)，所以第一年的面料投入会小一些，固有生产设备价值(3万元)，在设备方面新增设备的投入会小一些。在赢利方面，预计一年会有10——20万元净利润，能保证来年的发展。希望政府提供一些政策和资金支持。

第二到三年重点防在提高知名度，开店工作。以品牌形象店的形式出现，目前，租店面优秀的地段年租金在12万---16万左右，面积在80—120平方米左右。员工会增加，设备会增加，估计比上一年增加一倍的投入，大约三十万。当然，利润也会增加。希望得到一部分资金贷款(10万)。

第四到五年重点收回成本，提高水平，匀速发展。有了前三年的完善，积累，我打算三年以后推出自己的第一场个人年度时装流行趋势的发布会，今后每年推出服装秀。这是收获的时候。

1、鼎隆达(北京)国际文化传媒有限公司，项目是“女士沙龙”，致力于开辟中国女人高端消费市场，包括从发型---美容---化妆---保健---着装等几方面的整体服务。

2、和下述公司的艺人有定向合作关系：华谊兄弟传媒公司、吉安永嘉艺人经纪公司、上海仲杰文化交流传媒有限公司、春秋鸿演艺经纪公司、英皇星艺(英皇集团成员机构)等等。

资料如下：

目前，工作室一共四名成员。

老板 (兼职司机，设计，财务等)

设计师(兼职主打版师，老板，出纳等数职)

缝纫工(兼职整烫，打版助理等)

副工(兼职缝纫，手工等)

规章：

1.早9：00——晚7：00为工作时间，底薪1500元。超时工作按加班计算。节假日工作按加班计。

2.绩效工资，奖罚分明。

3.工作时，不干私活。

投资情况：略

**服装创业计划书总结篇五**

目录:

（1）、公司概述。.........................................................................2

（2）、发起人。.............................................................................2

（3）、公司理念。.........................................................................2

（4）、市场分析。.........................................................................3

（5）、创业步骤。.........................................................................6

（6）、风险规避。.........................................................................7

（7）、可行性评价。.....................................................................10

（1）

公司概述:

公司简介：们公司是一家集服装设计、生产、销售为一体的公司。公司以设计和引领潮流喂目标，以青少年为对象，主销时尚休闲、运动服饰。

公司市场定位：主要在高校和大中城市开设店面，在之后的发展中以做出自我的品牌为目标，加大对社会潮流的影响，向国外推销。开始创业阶段主要面向大学生，以潮流为主打吸引当代年轻人。

发起人:

公司理念：

公司以设计，生产和销售服装为基础，紧跟社会潮流，满足青少年的需求。加大加强在服装行业发展过程中亟待科技提供支

（2）

撑的领域。同时在领域中急需发展、任务明确、较快能够突破的技术和项目中加强针对重点领域及优先主题的研究、推广应用，

为解决服装行业发展中紧迫问题提供全面有力支撑

注重自我品牌的发展。品牌是一种无形资产，是产品附加值的总称，是一个企业及其产品的综合体，它涵盖了企业的创新能力、企业管理、市场定位、营销服务等多方面的综合特征。创建自主品牌是服装行业走向全球增值链高端的必由之路。

市场分析:

自改革开放以来，中国的经济迅速发展，生活水平提高，我们的衣服不在是以前的“新三年，旧三年，缝缝补补又三年”。我们有足够的经济条件去穿暖。在物质条件丰富的条件下，人们也越来越重视精神上的享受。尤其是对于服装上的需求。据网上调查显示：18-30 岁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，该年龄段人口在1.8亿左右，其中女性人口略多于男性，与中国总体人口男女比例相反。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，容易接受各

（3）

种新品牌。该群体中很大一部分容易冲动购物，他们是我们的主要客户。而且现在大学扩招，在校大学生年年增加，所以这些地方的市场在逐年的增大。所以对于服装产业来说是很有发展前景

的。

同时服装产业也存在这风险，包括从原材料的方面。20xx 年的棉花价格非理性上涨带动了几乎全部服装原材料快速提价，20xx年纺织原辅材料成本同比上涨约30%~80%，其中棉花等主要原料涨幅最高超过一倍（我国棉花进口量约的1/3）；1~7月份国内企业的燃料动力购进价格同比上涨了21.3%；长三角、珠三角地区企业用工成本普遍上涨了20%～40%；而国家加大节能减排力度也在客观上增加了企业环保成本。在总成本大幅提升的情况下，前9个月我国服装纺织行业对全球累计出口平均单价的增长为：纱线单价提升11.2%，面料单价提升8.5%，服装单价提升

3.5%。服装纺织企业出口利润空间被不断压缩。成本的刚性上涨和资源进一步紧缺正在调整着行业的供给能力和结构。

同时竞争对手的发展迅速让我们失去了价格优势。20xx年秋交会上，纺企订单报价普遍同比上调了20%～30%，个别产品提价幅度甚至高达40%。外商对20%以上的提价普遍难以接受，部分欧美客户已经开始缩减在华采购量，部分低端商品更多倾向于从东南亚采购。根据全球纤维纺织业国际管理咨询机构发布的20xx年世界服装行业年报数据分析报告主要纺织工业小时劳动

（4）

成本的全球比较报告，中国沿海地区劳动成本不断扩大，快速接近每小时1美元的门槛。而据越南、柬埔寨、孟加拉和印尼等国家的官方统计，其国内纺织业劳动力成本分别为每小时0.29美

元、0.36美元、0.22美元和0.36美元。东南亚各国政府、非洲相对发达地区，都在着力将纺织服装业打造为民生产业、创汇产业。当然，产业的转移，建立一个世界工厂，这是一个漫长的过程，或者说其优势、效能的发挥是一个需要长时间的过程。但不可否认的是，随着中国人口结构的倒梯形结构的呈现，中国劳动力富余供给的情况已在发生改变，我国在劳动力成本方面已经开始处于劣势，加上人民币升值、国际价格竞争等因素，我国在以外贸加工为主的传统贸易方面已经丧失了优势，以前依靠低廉劳动力获得利润的生产方式到今天已经难以为继。另一方面，欧美发达国家的贸易壁垒措施（技术壁垒）并未完全消除，也限制了我国出口产品的增长。人民币升值的同期，我国鞋服类出口的主要竞争对手印度、印尼和巴西等国货币对美元均大幅贬值，加之越南，印度和罗马尼亚等周边国家更为低廉的劳动力成本优势，我国鞋服类产品价格竞争优势相对弱化，耐克、阿迪达斯等跨国巨头相继宣布缩减在我国的采购计划。

（5）

创业步骤：

因为我们是大学生创业，所以我们不可能打到大量的资金支持，所以在创业前期我们以小范围销售为主。

**服装创业计划书总结篇六**

从古到今，衣服行业长盛不衰。随着国民经济的飞跃式发展，人们生活水平跨越式提高，大家对衣服的要求不再是原始的遮羞，而是对美的追求。爱美之心，人皆有之。衣服就是艺术。用艺术来装扮自己，这对大多数年轻人来说，极具吸引力。

网上购物是互联网作为网民实用性工具的重要体现，随着中国整体网络购物环境的改善、网上支付和网上银行的快速发展，网络购物市场的增长趋势明显。

宗旨：诚信经营、服务客户！提供最好、价格最优的产品以及最优质的服务。

目标：我们追求的目标是价格更低、品种更全、服务更好。杜绝假冒伪劣商品，确保商品质量。）

阶段目标：寻找合适自己网店的货源保质保量，慢慢深入市场，开发客户。为了提升自己店铺的人气，在开店初期，应适当地进行营销推广，但只限于网络上是不够的，要网上网下多种渠道一起推广。

下面是对各大电子商务网站分析

腾讯拍拍

1、拍拍网在营销上有着自己强大的平台传播优势—腾讯qq以及特色性的营销模式，与任何形式线上线下的营销合作

2、购物与qq完美结合。时尚生活，新潮人类，

3、财付通提供了包括在线充值、提现、支付、交易管理等丰富功能;针对企业用户，财付通提供了安全可靠的支付清算服务和极富特色的qq营销资源支持。

易趣

1、易趣的收款方式：易趣主要是安付通，方便快捷的收款功能，兼收16种货币让您的外贸收款高枕无忧。易趣在交易过程中自始至终充当第三方并且控制付款流程。

2、易趣的盈收手段：易趣的盈利模式即收费模式分两种：一是收取商品登陆费，目前易趣向卖家收取商品登录费，登录费1元至8元不等，以商品最低成交价为计费基数;二是在每次交易成功之后，收取相应佣金也就是交易服务费，价格按每件商品在网上成交金额的0。25%到2%收取，如果未实际成交则不收钱。

百度：

覆盖广 结合百度大搜索优势，共享百度众多推广资源

淘宝网：

1、产品及服务：主要用于商品网上零售，还有近期推广出来的淘宝商城，目前已经创造了网络最大销售量的奇迹。 2、特色服务

与易趣不同的是，会员在交易过程中感觉到轻松活泼的家庭式文化氛围。

慧聪网：

1、高黏度的卖家、买家，行业理解深度，行业影响力行业公司网站访问量大

买卖通

买卖通会员不仅可以通过自己的商务中心来查询符合自己需要的采购信息，自己亲自订阅采购商机，还可以通过专门在线洽谈会，im等即时通讯工具来获得一手采购信息。

慧聪发发是即时沟通软件，助您轻松把握商机，在线洽谈生意，

1、我店选择开在淘宝网的理由

1） 规范的经营环境：其销售的产品、商家资质、营销思路，均为淘宝淘宝商城奠基了规范、良好的经营氛围及前景。

2）强大的品牌传播：依赖互联网强大传播力量，轻松快速提升品牌知名度和影响力。

3）更密集的客流量：，被搜索几率大，迅速吸引买家注意，带来海量浏览量。

4）进销存管理明细：独有的店铺销售数据报表，随时掌握店铺销量及进销存管理

2、网店简介

店名：唯衣 衣衣当先

业务范围：女装为主。精美饰品等为辅。

本店将提供企业介绍，产品的种类、数量并提供详细参考资料，以图片和视频等方式展示产品，同时提供在线订购服务、24小时留言管理服务，保证每一个订单和咨询都能得到妥善解决。bbs提供广大爱好者的交流平台和技术支持服务。

3、网店管理（包括管理思想、管理队伍及管理决策）

（1）管理思想：以客户至上为原则，我们的一切行动和服务都是为了客户能得到满意的商品，以这个原则对产品质量等一系列问题进行严格管理，保证客户的利益。

（2）管理队伍：主要合伙人为管理阶层，每个人都秉承着管理思想的原则，并以实际行动推动企业发展。

（3）管理决策：以管理思想为导向制定管理决策，以相关规定来保证出厂的每条鱼都是健康状态。如果是外送，同样要保证运输途中的安全。

1、市场介绍（网上消费市场大环境、目标市场）

随着时间的不断前行，人们对于时尚的追求也越来越强烈，对于美的定义也不在单一化，各种新版服饰的不断创新和改善，时尚潮人门的崇尚心情也更加明显，我店经营的时尚服饰和各种精美饰品必然是极有发展的。

目标市场：追求时尚，个性，崇尚完美的时尚潮人。

2、市场机会及环境（宏观环境、微观环境）

所选择销售的商品在网上的同类竞争者比较多，但我有信心做得更好

3、顾客的购买准则

按时付款，交易后为我们的服务进行评价，如果买到的货物不符，我们将保证如约收货退款

公司实力、产品情况（种类、价位、特点、包装、营销、市场占率等）：经过对多家类似商品网店的调查，我们发现，我们的竞争对手已经比较成熟，目前这些网店的产品种类还可以，但是对于消费者而言信誉度还不够高，产品的知名度也是不够的，这些对我们很有利。服饰和饰品对于每个商家来说，都是一项热门的选择，市场竞争对手也必然数不胜数，所以，如果要在淘宝中脱颖而出，必须打出我们店铺独有的，与众不同的特色，突出我店铺中服饰和饰品的风格，永远保持在时尚的前沿，引领潮流。除此之外，还要注重我店铺的诚信度，金碑，银碑，都不如群众的口碑，做好这些，我们的店铺一定会很火的！

我们提供的商品绝对是货真价实，如果出现假冒商品我们会以一赔十。如果顾客收到的商品不合之前所描述的那样，我们将如约退款。同时我们会积极地和顾客去沟通，让他们更多地去了解我们自身，只有让每一位顾客都能满意，我们的生意才会做得更好！

1、产品

服饰对于每个人来说，都是必不可少的，对于时尚的男女来说，更是一种对于美，对于时尚的追求，各种特色饰品，也是张扬个性，突出自我，完善个性不可缺少的，所以，我店铺经营服饰与饰品是有很大发展空间的。

2、财务预测分析

（1）成本分析 ：进货成本70% 用于进货+流动资本 20% 用于货物的发送及其他用途+其他资本10% 作为固定资金。

（2）收入分析 ：每笔收入的10%归入其他资本 +10%归入流动资本 +剩下的资本用于进货

（3）计划成本 在店铺运行初期，实行小规模经营，到投入资本收回，再扩大经营范围。

3、进货策略

从我自己熟悉的渠道和平台进货，控制成本和低价进货是关键。

4、促销策略

1）主要促销方式 ：送小礼品，根据价格可选择免除一部分运费等，尽最大努力让客户满意。

2）付款方式：支付宝、网银等多种方式并存，提高用户体验感，来促进销售。

5推广策略

1） 利用用户的宣传，推广我们的网店和产品，用户推荐一个用户可以获得一定的积分和优惠;口碑是最好的营销方式。

2）充分利用这些网店从网上获得最直接的买家，同时也就把用户带到了主网店来。（贵在实践，掌握网店交易技巧）

3）、博客推广模式：充分利用各大门户博客宣传自己的产品和网店，可不要小看这个博客，有的博客栏目每天在线用户几百万人。

4）利用其他的宣传方式：我们的销售人员可以到各个贴吧、论坛、微雹人人网、嘀咕、qq群、msn中进行宣传。

1、压货的风险

1）货源不是顾客所喜欢的样式

2）积压货物占了一定的库存空间，无法购买新货

2、成本风险

主要现金流量表、资产负债表、资产利润表三个表来分析企业的财务状况

3、资金的风险

1）积压的商品不能卖出而不能得到货款

2）不能购买新货，使产品不能更新，顾客失去购买欲望

3）工人工资不能如期解决

4、竞争风险

竞争激烈的时代需要明确竞争者的各种状况，主要从商品的价格、服务等方面与竞争者比较制定竞争策略，明确自己的优势与不足之处，以便更好地适应时代的发展。

5、交易风险

1）网络的信息数据传输使数据被窃取或破坏;

2）运输途中损坏或者纸箱包装不完整

6、政策风险

市场变幻莫测，zf也会做出决策来应对市场的风起云涌，预测zf的宏观和微观政策。

第一个阶段：市场调研，分析问卷，了解客户需求;

第一阶段：淘宝网开店、维护;

第二阶段：宣传推广;

第三阶段：网店及实体店进入正轨运营;

第四个阶段：开发自己的网站;

第五个阶段：将网店做大做强;

终极目标：利用网店做成一个遍布全球的连锁“商店”，即在全国各地都设有我们的货仓，都能及时快捷的将客户的订单准确的送到指定地点。

**服装创业计划书总结篇七**

鉴于目前大学生创业热情的高涨，大学生创业的积极效果也是显而易见的，学校也积极为我们提供了一个良好的创业环境。作为在校学生的我们对于在校内创业也是十分的拥有热情，也有了自己创业的.构想。希望借此机会可以开启我们创业的大门，在自己的创业路上走出第一步。

作为一个大学生创业项目，我们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。我们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，同时也为我们自己赢得一个发展自己，体现自己的机会。我们的团队积极奋进，共同为了我们的创业梦想而奋斗。

一、宗旨(任务)

我们的目标是充分发挥团队优势，以学生为主要客户群，在学生之中形成自己的优势。开拓自己的市场。

二、团队介绍

我们的团队，对商品的整个销售流程均有一个详细的了解，不仅仅是在实体店铺内，在网上也可以在一定程度上完成销售，在我们运营期间不仅可以结合各专业的优势，给团队一个锻炼的机会，而且可以完善我们的运营模式，形成我们自己独有的创业优势。团队各成员分工合作，各司其职，合理高效的进行运作。

一、市场介绍

首先，我们的市场定位是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，我们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。

因而我们认为进军服装行业还是很有前途的。

二、市场分析(swot)

s(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。

w(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。

o(机遇)：国家对于大学生创业的一些政策性支持，降低了难度。

t(威胁)：其他人员可以效仿我们的营运模式;我们仍有很多的竞争对手。

三、营销策略

一、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。

二、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。

三、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。

一、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。

预计在三个月后，本项目运营进入正轨，盈亏平衡并转向盈利，每月销售量会保持在一定数额。之后则扩大校内外宣传，实行多样化销售模式，并开始进行网上销售，市场范围进一步加大。在一段时间后，销售额会有明显提升。网上销售开始有序进行。

二、现金流量计划

期初本项目预计资金支持五万元。

服装采购费用：三万元

流动资金：10000元

预备资金：10000元

计划初将资金进行以上分配，在今后的运营中，随着发展开始盈利，则将盈利进行合理分配，投入到项目的进一步扩大发展中。发展过程中如有需要，可以在合理的情况下进行融资。

本项目得以进行，在团队的共同努力下，我们会十分珍惜，并在我们团队的配合下把本项目全力运作好，在服装行业内形成自己特有的风格，最终实现真正的创业发展。

**服装创业计划书总结篇八**

由于资金有限，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。尤其我们是合作一起开始创业，需要我们大家共同合作默契来考虑好各方面的事情，遵循互惠互利，有商有量的原则，不能因利和个人情绪影响店面的发展，至于我们个人之间的利润和合作规则，先等店面开起来，我们再来一定一份计划书，为以后店面有一个健康的成长过程打下基础。

我决定进军服装行业了，其理由如下：

衣食乃生身所需，市场之大

衣、食、住、行是人类生活的四大元素。人们把“衣”放在首位,可见衣服对于我们的重要性。作为衣食住行之首，人类对锦衣美服的追求似乎永远没有止境。不管是遍布大街小巷、星罗棋布的个性服装店，还是各大商场的高档品牌服装，从几十元的低档地摊货到高达数千元甚至数万元的进口服装，尤其是女式服装只要符合潮流和消费者的口味，都有人愿意掏钱捧场。人可以吃好吃坏，有的还可以自己家的，但人不能不穿衣服，更不能自己生产，所以在这方面上是肯定有需求的;随着人们生活水平的提高，人们的审美情趣，都随之而变，不仅讲穿，还讲究怎么穿，穿什么样的，穿的是否如意;所以穿，有着很大的市场，每人都必须的;冷静一下，市场之大，竞争者，也比比皆是;犹如一块奶烙上，己有了无数的蚂蚁，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;这就是我们即将面对的最重要的根本。

服装业便于倔起，利于把握生存原则;

我之所以认为选择服装业便于倔起，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，很适合我们这些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。

“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，但给予我们一处警示，我们要想生存，就必须解决一些问题：我们服装规模、产品定位、群体目标等。

我们的项目是做服装行业，开个女式服装店。

店名：(衣拉客、唯衣、衣新衣异、衣衣布舍

群体目标

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。

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。

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。

45-65岁和65岁以上就不用考虑了

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。

商品定品

由于本店的目标对象是20-35岁年龄段的女性群体，因此款式应相应斯文、时尚、新颖，不能过于前卫、夸张。价位将定在中、低档次上，大众化且让顾客有“物超所值”的感觉。

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：

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。

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。

客流量大。涉及地理位置和交通条件等因素。

交通便利。一般来说，交通便利的话，客流量自然增大。

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。

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黄兴路商业街、东塘商业圈、五一商圈、中山路一带。对上述几个地方的消费对象、商品定位、客流量等方面进行比较。

竞争地点

消费对象

商品定位

客流量

交通设施

周遭环境

黄兴路商业街

追求前卫、另类、时尚的年轻男女

中、高挡杂牌服装，多以品牌店和连锁店为主为主

客流量很大

交通便利

东塘商业圈

五一商圈

中山路商圈

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，所以一定要找个商圈位置好的店面。经过调查我发现，步行街、金满地、东塘一带相比较而言具有发展潜力，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)

三、店面的装潢(一起考虑)

租好了店面后，进行店面装修。店面装修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。装潢厂商如果没有同类型店面的装潢经验，到时候所装潢出来的店面，在实务操作上，就未必能完全符合需求。届时，如果再打掉重做，当然就费钱费时。

在装潢前请装潢公司先画图，包括平面图、立面图、侧面图、所要用的材质、颜色、尺寸大小等，都要事先注明清楚。为便于沟通清楚自己所想要装潢的模样，最好先带装潢厂商到同类型的店去实地观摩，说清楚自己想要装潢的感觉，这样装潢出来的店面，才会比较贴近自己的想法。

门口醒目的广告明确，让路过的人一目了然店内是卖什么东西!重要的一点，相同的衣服挂在不同档次的的店铺会用不同的效果，不要因自己店内整体的形象影响到自己的衣服的档次，影响到顾客的购买欲!当然本店刚开张简装为宜。

灯光等硬件配备也非常重要的，如果店铺不够亮膛，给人感觉就是象快倒闭的!晚上门头的灯一定要亮，一下子能吸引路过的顾客的眼球!灯光也能让衣服更动人，但是不同的灯光会有不同的效果，冷暖结合是服装店最适合的，如果全部是冷光(也就是平时所看见的白色灯光)店铺虽然亮堂，但是给人的感觉惨白不够温馨，衣服会显得不够柔和!加上暖光灯(平时看见的射灯之类的黄色光)能中和惨白感觉，照射出的衣服也更动人!空调在夏天必需要俱备，不然店里很难留住顾客有耐心挑选衣服的，身上粘滋滋的，试衣服也不会有心情的!

店面装潢费用能省则省，尽量花小钱做大事，避免不必要的费用付出，在装修风格独特和省钱之间寻找一个好的平衡点。

**服装创业计划书总结篇九**

第一部分 前言

网上购物是互联网作为网民实用性工具的重要体现，随着中国整体网络购物环境的改善、网上支付和网上银行的快速发展，网络购物市场的增长趋势明显。服装服饰类商品从07年开始超过手机、笔记本等数码类商品，成为网购交易量第一大商品品类。

众多中小型网站的涌现，行业领军企业的起起落落，垂直b2c网站中，新的商业模式和商品种类不断涌现，这都成为了电子商务和媒体各界的关注的焦点。作为电子商务市场的重要组成部分，服装电子商务的发展最具代表性和前瞻性。

正是看到了服装电子商务的市场前景和可拓展的空间，同时也充分结合自己本身的现状，首先选择在“淘宝”这个平台开设一家自己的服装店进行网上创业。

第二部分 综述

第一章 网店概要

三、网店的主要发展战略目标和阶段目标(愿景)

1、战略目标：让网上购物变得更简单、更高效、更可信和更能被不同的人群接受。让我们的客户尽情的享受快乐、简单生活。

2、阶段目标：寻找合适自己网店的货源保质保量，慢慢深入市场，开发客户。为了提升自己店铺的人气，在开店初期，应适当地进行营销推广，但只限于网络上是不够的，要网上网下多种渠道一起推广。

3、进度安排：

第一个阶段：市场调研，分析问卷，了解客户需求; 第二个阶段：确定货源，开发客户;

第二个阶段：进驻淘宝商城 实体店开张;淘宝网开店、维护; 第三个阶段：宣传推广;

第四个阶段：网店及实体店进入正轨运营;

第五个阶段：开发自己的网站; 第六个阶段：将网店做大做强;

终极目标：利用网店做成一个遍布全球的连锁“商店”，即在全国各地都设有我们的

货仓，都能及时快捷的将客户的订单准确的送到指定地点。脱离淘宝设立自己的独立网站。

第二章 市场分析

21世纪是数字信息时代，是因特网的时代。按照淘宝对外公布的数据，20xx年淘宝成交额超过20xx亿元，定下20xx年成交额将达到4000亿。目前平均每天成交按照他们提供的支付宝交易额更高达接近7亿元。而现在淘宝网重新确定自身目标 要做零售业领头羊，这就更加给人们带来了网上创业的机会，一个好的平台，必定会造就优秀的企业。

当代社会，随着中国改革开放的深化，城市越来越大，工作越来越晚，交通越来越繁忙，通过电子商务网(网购)这个途径只会越来越深化，越来越被更多的人采用。

一、swot分析方法对网店进行分析如下：

网店优势(s)：买一件应季的衣服，采用传统的途径解决问题，需要空出专门的时间，到商业区进行逛，挑，试，买几个动作，当然如果后续不满意还要加上个退的环节，从这个方面来说，要买这件衣服所花的除了标签上标的价格之外，还要花费时间成本，交通成本等等，劳心劳力;而相对于网购，点击鼠标，半个小时完成挑选对比，除了不能试穿，全部搞定，可以安心等待衣服上门，而且价格绝对是要比商城里便宜得多(因为不必支付商城的物业，人员，广告等等成本的均摊。)可谓既省时间，又省金钱。

同时令顾客担忧的依然是信誉问题，因此我们的营销模式将采用实体店加网店同时运营，这样我们网店在网上的信誉将得到极大提高。

根据人类心理分析，人们喜欢跟风消费，若一个团体中的一人进行网上购物，则团体中的其他人十有八九也会进行网上购物，甚至都会在同一家店进行结伴购物，以进行运费分担，这就给了我们商家优势，同时也要靠我们自己依靠诚信来成就自己的淘宝店做到最好。

网店劣势(w)：由于处于创业阶段的初期，在管理、营销、控制等方面可能还存在一些磨合期，这一点要牢牢把握好。

市场机会(o) ：随着网络的发展、电子商务的发展，大多数年轻消费者越来越喜欢网上购物，因为网上购物可以节省购物时间，还可以提供大量的商品让消费者选择，非常便捷。现代年轻人非常适应网上购物这种方式，这对我们的网店有很大的优势，会为我们提供大量的商机。经过我们对市场的调查，日常用品购买比例明显增高。日常生活用品购买比例的增势今后仍将持续，并最终成为网上购物的主流，因此我们选择这一类产品作为我们的主打商品。

市场威胁(t) ： 网上购物市场很大，同行竞争较为激烈，在这种情况下，我们只有提供物美价廉的产品，更好的售前和售后服务，这样才能在这巨大市场中拥有一席之地。

同时，我们可以经常发放调查问卷，进行终端用户调查，了解终端用户真正需要的是哪方面的服务以及如何打出我们的品牌,随时掌握市场概况。

二、目标市场的设定

男装相对于女装市场还比较广阔，未饱和。男生消费者相对于女性消费者更加喜欢网购，因为其方便、快捷省去逛街的时间，要知道男性大多是不喜欢逛街的。我们主要在男装市场

的细分市场是20—35岁的时尚男士，这一类消费者更加注重产品的款式，也更加热爱于上网搜索最新的时尚男装。相对于中年男性需要品牌西服的特点，他们的需求更加弹性化。

第三章 竞争分析

一、有无行业垄断

无行业垄断

二、主要竞争对手情况

公司实力、产品情况(种类、价位、特点、包装、营销、市场占 率等)： 经过对多家类似商品网店的调查，我们发现，我们的竞争对手已经比较成熟，但是他们所使用的经营模式存在着一些明显的失误，我们曾经对一些消费人群进行了深入的调研，他们对网上购物最为担心的依然是被欺骗，经过了这些深入的了解，我相信非常有利于我们网店的发展。目前这些网店的产品种类还可以，但是对于消费者而言信誉度还不够高，产品的知名度也是不够的，这些对我们很有利。只要我们网店选好服装品牌，把好，服装质量关，让顾客得到满意的性价比，相信我们网店肯定会在淘宝商城做到不错的位置。

三、公司产品竞争优势

我们采用网店和实体店和网店同时运营，来提高我们网店的网上信誉度;再者，在网店运营的前期我们将大力进行广告宣传，将我们网店产品的知名度提高。在这一点上，我们将和各大服装生产厂家合作，每件我们网店买的产品，我们都将在衣服的后领上、裤子的后腰上缝上我们网店的标签或者logo。这样我们网店的广告费也将减少一大笔，同时还能提高我们网店的人气。并且随时提供在线咨询帮助客户了解我们的产品。

**服装创业计划书总结篇十**

有人说开店的三个关键条件：“第一是地点;第二是地点;第三还是地点”。由此可见店铺的开发对于本企业专卖店的成功经营所具有的深远影响。盟主和加盟商之间需要紧密配合，全方位地思考和制定开店的策略，以最有效的方式制定和执行开店规划，包括市场分析、商圈调查、选址、装修、开业筹备和开张等。所有的配备、装置和货品也都应该在规定的时间内备妥。以便争取到最快、最高的经济效益。

市场分析-商圈调查-选址-装修-开业筹备-开张。

分析：

1、考虑服饰店为新店，为减少租金，减少费用，店面积少点可以，因此决定先租10平方左右的店铺即可。

2、有两处繁华地段，但经营品牌就必须在此品牌一条街。只有在此街找店铺才有商业氛围。

3、须是经营一家综合店，才适合当地情况，因专卖一品牌风险较大。要含盖二线、三线品牌、配饰等。

选址：

开店，是眼下极受青睐的一种投资理财方式。的确，自己开店当老板，假如经营状况比较理想，不仅可使你的财产得到有效的保值增值，而且还能在心理上获得一份成就感。因此眼下关注和涉足开店的人已越来越多。

要开店，就不能不考虑选择店面的问题。有关专家曾经指出：找到一个理想的店面，你的开店事业也就等于成功了一半。这话一点都不为过，开店不同于办厂开公司，以零售为主的经营模式决定了其店面的选择是至关重要的，它往往直接决定着事业的成败。那么如何才能选好理想的店面?有开店打算的人不妨参照下列做法 ――

选择经营地段要把握以下几个关键：

把握“客流”就是“钱流”原则在车水马龙、人流熙攘的热闹地段开店，成功的几率往往比普通地段高出许多，因为川流不息的人潮就是潜在的客源，只要你所销售的商品或者提供的服务能够满足消费者的需求，就一定会有良好的业绩。

客流量较大的地段有①城镇的商业中心(即我们通常所说的“闹市区”);②车站附近(包括火车站、长途汽车站、客运轮渡码头、公共汽车的起点和终点站);③医院门口(以带有住院部的大型医院为佳);④学校门口;⑤人气旺盛的旅游景点;⑥大型批发市场门口。

利用“店多隆市”效应我们不妨来听一听消费者的说法：某公司的白领陆小姐是鲜花消费的大户，经常要送花篮花束给客户和朋友。她说，除了特别着急时有可能会就近找一家花店买花，绝大多数时候都是赶到体育场路上去买，因为那里花店多，花色品种齐全，选择余地较大;在某高校任教的江女士每次要买服装，也总喜欢到东坡路、武林路等服装店密集的地方去选购，她认为店多除了款式也多之外，可以货比三家，还起价来也比较容易。因此别担心同业竞争，一旦同业商店越开越多，就会产生聚集效应，容易扩大影响，凝聚人气，形成“××专业街”，生意必定反而比单枪匹马更容易做。

注意因行制宜营业地点的选择与营业内容及潜在客户群息息相关，各行各业均有不同的特性和消费对象，黄金地段并不就是唯一的选择，有的店铺开在闹市区生意还不如开在相对偏僻一些的特定区域，例如卖油盐酱醋的小店，开在居民区内生意肯定要比开在闹市区好;又如文具用品店，开在黄金地段也显然不如开在文教区理想。所以一定要根据不同的经营行业和项目来确定最佳的开店地点，要选择合适的店面，并不是越热闹的地方越好，关键是要因行制宜。

在初步选定开店的地点后，还应作进一步的全面考察，对相关的情况做一定的调查分析后，方能决定是否最后定点于此。主要考察以下几方面的情况：

店面本身的情况：开音像制品店的小罗不久前从别人手里盘了一个店面下来，这个面积达15平方米的店面位于次繁华地段，每天的人流量也十分的可观，可是租金却非常便宜，每月只要800元，小罗以为捡到了便宜，偷偷直乐。没想到，花了一万多元装修停当，隆重开张还不到一个月，一纸《拆违通知书》把他打了满头晕。原来，上家通过内部关系得知店面迟早要拆，便来了个金蝉脱壳，捞了一票便溜之大吉，剩了个箍儿让小罗来套。所以，在租店面之前，一定要对店面的情况作一番仔细的调查了解。

房东的背景：有的人急于寻找店面，就满大街搜寻，有时还真能被他找到几家正挂着“转让”字样的店面，便迫不及待地与之谈判、交付定金甚至租金。其实这种做法是极其草率的，很容易带来一系列的后遗症。假如你真的看中了店面，最好先从侧面打听到真正的房东(即产权所有者)，对其背景情况基本了解，觉得可靠后再进行接触。

一般最好直接与真正的房东谈，假如房东表示已将承包权出租，不愿再插手时，你再与现在的店主谈判也不迟。另外，一旦谈成功，也要注意必须正式前协议并要求到房产所有者那里更改租赁人姓名。

同业竞争情况主要是经营业绩的情况、商品的价格水平。考察同一地段同类商店的经营业绩，可以初步测算出租此店面可能产生的利润状况;而考察他们的商品价格水平，是为了据此确定自己今后的商品价位。这些都是十分必要的

客流状况“客流”就是“钱流”，考察客流状况，不仅能使你对今后的经营状况胸有成竹，而且还能为你决定今后的营销重点提供科学的依据。客流状况主要考察这些内容：①附近的单位和住家情况，包括有多少住宅楼群、机关单位、公司、学校甚至其他店家(这些店家极有可能会成为你的常客);②过往人群的结构特性，包括他们的年龄、性别、职业等的结构特性和消费习惯;③客流的淡旺季状况。比如学校附近的店面要考虑寒暑假、机关和公司集中地段的店面就必须掌握他们的上下班时间、车站附近的店面应摸清旅客淡旺季的规律，这些都是你设定营业时间的重要依据。

一旦找到理想的店面，就要当机立断，出手迅捷，尽快拿下看中的店面，否则夜长梦多，很有可能会因你的片刻迟疑而被别人捷足先登，导致错失良机。谈判自然是至关重要的。

**服装创业计划书总结篇十一**

衣、食、住、行是人类生活的四大元素。人们把“衣”放在首位,可见衣服对于我们的重要性。作为衣食住行之首，人类对锦衣美服的追求似乎永远没有止境。不管是遍布大街小巷、星罗棋布的个性服装店，还是各大商场的高档品牌服装，从几十元的低档地摊货到高达数千元甚至数万元的进口服装，尤其是女式服装只要符合潮流和消费者的口味，都有人愿意掏钱捧场。人可以吃好吃坏，有的还可以自己家的，但人不能不穿衣服，更不能自已生产，所以在这方面上是肯定有需求的；随着人们生活水平的提高，人们的审美情趣，都随之而变，不仅讲穿，还讲究怎么穿，穿什么样的，穿的是否如意；所以穿，有着很大的市场，每人都必须的；冷静一下，市场之大，竞争者，也比比皆是；犹如一块奶烙上，己有了无数的蚂蚁，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；这就是我们即将面对的最重要的根本。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，很适合我们这些刚涉足商业的创业界层

2.1目标客户

2.1.1第一年龄段

18-35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。

2.2.2第二年龄段

35-55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。

从上面数据可知，18-35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。

2.2商品定位

由于本店的目标对象是20-35岁年龄段的女性群体，因此款式应相应斯文、时尚、新颖，不能过于前卫、夸张。价位将定在中、低档次上，大众化且让顾客有“物超所值”的感觉。

2.3店面选址

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。

2.4店面装潢

店面装修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

要求：

1、门口醒目的广告明确，让路过的人一目了然店内是卖什么东西！重要的一点，相同的衣服挂在不同档次的店铺会用不同的效果，不要因自己店内整体的形象影响到自己的衣服的档次，影响到顾客的购买欲！

2、灯光等硬件配备也非常重要的。晚上门头的灯一定要亮，一下子能吸引路过的顾客的眼球！灯光也能让衣服更动人，但是不同的灯光会有不同的效果，冷暖结合是服装店最适合的，如果全部是冷光店铺虽然亮堂，但是给人的感觉惨白不够温馨，衣服会显得不够柔和！加上暖光灯能中和惨白感觉，照射出的衣服也更动人！空调在夏天必需要俱备，不然店里很难留住顾客有耐心挑选衣服的，身上粘滋滋的，试衣服也不会有心情的！

店面装潢费尽量花小钱做大事，避免不必要的费用付出，在装修风格独特和省钱之间寻找一个好的平衡点。

3.1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。

3.2竞争对手的主要优势

店面创办得较早，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。

3.3竞争对手的主要劣势

1、有的店面服装价格偏高，服装款式太老。

2、存在部分服装质量不好。

3、服务员服务水平不高

4、没有建立老顾客网信息资源

3.4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。

3.5相对于竞争对手的主要劣势

新店，缺少知名度，缺少销售经验。

4.1开店促销

当一切都就绪之后，就准备择期正式开幕。开幕当天为招徕顾客，办一些促销活动势不可免，促销活动不外乎打折、赠品及抽奖等三大类型。同时在周围小区散发些传单。

4.2衣服的陈列

做女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的来销售！产品陈列上要突出自己服装的特点，把上衣，裙子，裤子，套装等分开陈列，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，如果只想买裙子的，他只需在裙子类挑选，如果买了裙子又想配上衣，直接可以到上衣类去搭配！量多的款可以用模特出样，往往出样的衣服是卖得最快的！橱窗里的出样要经常更换，这不能偷懒！

4.3长期发展营销策略

4.3.1原则

每周都要有新货上架，以中档为主，高低档为辅（高档点缀低档适量）

4.3.2方针

尽量把其中的每个环节作成标准化，以备日后发展连锁，即模式复制

4.3.3服务

训练营业员的基本利益，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所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。

4.3.4方法

（1）初次来店的惊喜

小商品作为免费赠送客人的小饰物，小挂件，让其填一份长期顾客表（做客户数据库）

（2）增加其下次来店的可能性

①传达每周都有新货上架的信息

②利用顾客数据库，以某种借口施以小恩惠，使其来店领取或告知打折消息，或者免费送过季衣服（要定量）或送生日礼物等③购适量女士手袋告知顾客一次购物满\*\*\*元送一只女士手袋（女士手袋要在店内陈列出来，进货以38元标价300+的那种为宜，9

给顾客物超所值的感觉）或者累积消费\*\*\*元及以上。（获得奖励之后再重新累积）

（3）满意购物并使其尽可能介绍其他买家来店购买

①告知顾客量大或团购可优惠，如：一次购满500元及以上打8折等，或者个人累积消费1000元既获得一张8折的金卡

②介绍新顾客，如：每介绍一位新顾客并购满200元及以上送推荐人50元购物卷等。

（4）不定期打折

\"店铺开张大赚送\"、\"本店商品八折优惠\"，也可以采用买一送一的策略（送的货以滞销货为主，过季货为辅）

（5）一年中做几次短期促销，售价定为10－30元，非常聚人气！再把店内滞销款低价一起处理！如五一，十一等最佳时间

5.1选货及进货

5.1.1选货

选样，款式，品牌，数量

选货要掌握当地市场行情：出现哪些新品种?销售趋势如何?社会存量多少?价格涨势如何?购买力状况如何?大体上能心中有数。 品牌以杂牌为主，以外贸货为主。

5.1.2进货

要适销、适量，要编制进货计划，当然在进货过程中也可应变修改。进货时，首先到市场上转一转、看一看、比一比、问一问、算一算、想一想，以后再着手落实进货少进试销，然后在适量进货。因为是新店开张所以款式一定要多，给顾客的选择余地大。

进货尽量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，但只上部份新货，一部份留着星期天上！如果进入销售旺季，三四天就补一次货！

像“五一”“国庆”等几个销售高潮，不要等到差不多时间时再准备货品，提前半个月就可以先开始准备了！要给自己有足够的安排时间才行！

5.2进货渠道

服装批发市场

计划雇佣一到销售人员，主要负责接待顾客，如果两人轮班倒。销售人员的工资，1000/月+提成，提成为月营业额的3%，提高她们的积极性。

6.1投资金额分析

初期费用粗算

1、房租：5000/月，

2、装修费：3000

3、第一次衣服货款：8000元

4、其他费用：1000元

5、员工工资可以在第一月底结，不用算在初期费用里面

6、不可预计费用：15000元

7、门面转让费：15000元

共计：47000元

**服装创业计划书总结篇十二**

一、

由于资金有限，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。尤其我们是合作一起开始创业，需要我们家共同合作默契来考虑好各方面的事情，遵循互惠互利，有商有量的原则，不能因利和个人情绪影响店面的发展，至于我们个人之间的利润和合作规则，先等店面开起来，我们再来一定一份计划书，为以后店面有一个健康的成长过程打下基础。

1、衣、食乃生身所需，市场之

衣、食、住、行是人类生活的四元素。人们把“衣”放在首位,可见衣服对于我们的重要性。作为衣食住行之首，人类对锦衣美服的追求似乎永远没有止境。不管是遍布街小巷、星罗棋布的`个性服装店，还是各商场的高档品牌服装， 实习报告开头，从几十元的低档地摊货到高达数千元甚至数万元的进口服装，尤其是女式服装只要符合潮流和消费者的口味，都有人愿意掏钱捧场。人可以吃好吃坏，有的还可以自己家的，但人不能不穿衣服，更不能自己生产，所以在这方面上是肯定有需求的;随着人们生活水平的提高，人们的审美情趣，都随之而变，不仅讲穿，还讲究怎么穿，穿什么样的，穿的是否如意;所以穿，有着很的市场， 关注留守儿童实践报告，每人都必须的;冷静一下，市场之，竞争者，也比比皆是;犹如一块奶烙上，己有了无数的蚂蚁，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;这就是我们即将面对的最重要的根本。

2、服装业便于倔起，利于把握生存原则;

我之所以认为选择服装业便于倔起，是因为市场之，购量之强，只要你的产品迎合了多的消费群体，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，很适合我们这些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。

“没有失败的行业，只有失败的企业”这句话， 小学教师师德论文，蕴涵了生存的规律及危机，但给予我们一处警示，我们要想生存，就必须解决一些问题：我们服装规模、产品定位、群体目标等。

我们的项目是做服装行业，开个女式服装店。

店名：(衣拉客、唯衣、衣新衣异、衣衣布舍)

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。

**服装创业计划书总结篇十三**

主要经营韩版服装、饰品，兼卖韩国风格设计独特的生活用品。采用网络、店面相结合的方法，利用21世纪网络技术蓬勃发展的大前提，根据网络购物热潮推出的购物新理念，旨在带动新一代年轻人的购物热情，快捷、方便、多样、韩流是我们的特点。

为了减少资金投入，直接用靠近公园，霍家村口对面的2个相连车库位，剩下租金。

店面装潢关系到一家店的经营风格，及外观的第一印象。在装潢前请装潢公司先画图，包括平面图、立面图、侧面图、所要用的材质、颜色、尺寸大小等，都要事先注明清楚。为便于沟通清楚自己所想要装潢的模样，最好先带装潢厂商到同类型的店去实地观摩，说清楚自己想要装潢的感觉，这样装潢出来的店面，才会比较贴近自己的想法

1、要紧扣韩国风格，在店面的装潢上一定要下功夫，给人强烈的视觉冲击力和感染力，有耳目一新的感觉。

2、灯光等硬件配备也非常重要的，如果店铺不够亮膛，给人感觉就是象快倒闭的！晚上门头的灯一定要亮，一下子能吸引路过的顾客的眼球！灯光冷暖结合，空调在夏天必需要俱备，不然店里很难留住顾客有耐心挑选衣服的！

1、选货：首先和韩国的品牌商交涉网上代理的相关事宜，争取最小代价，争取更多的货源。其次瞄准韩国汉城的散货批发市场，选择精品。再次瞄准韩国购物网，直接挂到我们的网上，低买高卖。

2、进货渠道：韩国进货直接邮递回中国，必须谈好物流公司，建立良好的合作关系，争取最低成本。

创业初期减少成本，锻炼个人能力。不准备雇服务员，由我（安阳店面装潢、开业收银等注：提倡顾客用支付宝等支付，但不排斥顾客现金交易）、董羽（网页维护、到韩国后进货）、王硕（进货）、张维佳等同学（店面服务员）负责。赢利后才用投资分红的方法。

1、装修费5000。

2、店面摆放衣服，饰品，小东西等3000。

3、其他店面内费用1000元。

4、员工工资在赢利后的月底结，暂不算在投资内。

5、余下4000做流动资金使用。

共计：13000元

1、开幕促销。

当一切都就绪之后，就准备择期正式开幕。开幕当天为招徕顾客，办一些促销活动势不可免，促销活动不外乎打折、赠品及抽奖等三大类型。同时在周围小区散发些传单。

2、长期发展营销策略。

（1）、原则：坚持走自己的路线，网络更新要快，如果运营得当可以慢慢适当拓宽销售范围。

（2）、方针：尽量把其中的每个环节作成标准化，以备日后发展连锁，即模式复制。

（3）、服务：训练营业员的基本利益，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所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。

（4）、方法：

初次来店的惊喜：免费赠送小饰物，小挂件，让其填一份长期顾客表，并传递我们店的特色。

①传达我们购物方式的先进，如每三天网上都有新货更新等信息。

②利用顾客注册信息，以某种借口想顾客发送邮件，施以小恩惠，使其来店领取或告知打折消息，或者免费送过季衣服（要定量）或送生日礼物等。

③根据顾客购买的金额设置累计奖励机制。

**服装创业计划书总结篇十四**

一、企业概况

※主要经营范围

各式品牌流行女装，裁制各种晚装，也可根据顾客需要来料加工。

□生产制造■零售□批发■服务

□农业□新型产业□传统产业□其它

二、 创业者个人情况简介

※以往的相关经验

赵欣虹，1992年11月—xx年4月在桂林市百坊商城针织部销售员。xx年4月下岗。

xx年3月至xx年9月份在服装专营店从事服装营销。

教育背景，所学习的相关课程

★ 1990年7月毕业于桂林市供销技校，营销专业。

★ 1991年9月在桂林市百货大楼服装部见习。

★ xx年1月参加syb培训班，学习了如何检验自己是否具备创业者的条件及如何改进方法，如何进行市场调查、形成一个好的企业构思及检验方法，如何预测销售量、销售收入及制定销售和成本计划、现金流量计划，制定开办企业程序并实施。

三、市场评估

※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

根据本市八桂商厦年销售报告数据，xx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仅为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。

※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。

※竞争对手的主要劣势

1、有的企业服装价格偏高，服装款式太老。

2、存在部分服装质量不好。

3、服务员服务水平不高

4、没有建立老顾客网信息资源

※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。

四、市场营销计划

※产品

产品(产品系列)/服务主要特征

女性时装紧跟最新粤港流行趋势、品牌加信誉保证。款式不雷同、适合20～35岁女性消者

裁制女性晚装特型设计满足顾客特殊需要、修改品牌服装、质量三包。

※价格

产品(产品系列)/服务成本价

(元)销售价

(元)竞争对手的

价格(元)

成衣116 220～300250～400

裁制服装50～80150～xx20～250

折扣将给予对老顾客实行会员制度，并在节日实行优惠促销

赊销将给予

※地点

地址面积(平方米)租金或建筑成本

(元/月)

桂林市中山中路八桂大

厦商场b-25号15 1200

选择地址的主要理由

该商厦是桂林市中心商业街比较繁华的服装饰品综合商城，有较高的知名度，客流量大，销量好。

※分销方式(选择一项)

产品将卖给：

■终端消费者□零售商□批发商

选择该分销方式的理由：

因本企业规模小，服装品种以品牌和顾客需求为目标，只能直接面对消费者。

※促销

人员推销成本预测(元/月)

广告张贴海报成本预测(元/月) 20

公共关系成本预测(元/月)

营业推广成本预测(元/月)

五、企业组织结构

※企业将注册成

□个人独资企业■个体工商户□合伙企业

□中外合资企业□股份有限责任公司

□有限责任公司□其它

※拟议的公司名称欣虹新派时装店

※公司员工

(附录部分将附有组织结构图和工作描述)

职务月薪(元)

业主/经理1000

员工580

※公司将获得的经营执照、

许可证和特许经营证

类型费用预测(元/年)

工商执照50

※公司的责任(保险、税)

类型费用预测(元/年)

定税2400(200元/月)

六、固定资产

※工具和设备

根据预测的销售量，假设达到100%的生产能力，企业需要购买以下设长期共存备：

设备描述数量单价(元)总费用(元)

装修150005000

模特580400

试衣镜1180180

衣架组26001200

烫衣台烫斗1300300

衣车及锁边机111501150

合计8230

※企业的交通工具

根据交通及营销活动的需要，拟购置以下交通工具：

描述数量单价(元)总费用(元)

※办公设备

办公设备需要配备以下设备：

设备描述数量单价(元)总费用(元)

手机114001400

收银台1400400

计算器14545

合计1845

※固定资产、折旧概要

资产价值(元)年折旧额(元)

工具设备82301646

交通工具

办公设备1845369

零售店面

工厂厂房

土地

合计10075(168元/月)

七、流动资金(3个月)

※原材料、包装材料

材料描述数量单价(元)每月总费用(元)

成衣901xx800

针线扣等11xx0

包装袋900.327

合计10947

※其它经营费用(按每月计算)

(不包括折旧费用和贷款利息)

项目月费用(元)说明

业主工资1000

雇员工资580每月按销售额提成

租金1200

营销费用20

水电费120

电话费80

维护维修费20

卫生费20

公司注册费4.2

运输费180

其它费用

总计3224.2(3个月9672.6)

八、销售收入预测(12个月)

九、销售和成本计划

现金流量计划

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