

# 最新童装创业计划书完整版 童装店创业计划书(优质5篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。我们该怎么拟定计划呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

## 童装创业计划书完整版篇一

### 一、童装市场现状分析：

童装涵盖了0-16岁年龄段人群的全部着装。童装企业进行童装品牌定位，可以通过年龄层细分市场。按年龄段可以细分为婴儿装、1-3岁段的幼儿装、4-6岁段的小童装、7-9岁段的中童装、10-12岁段的大童装、13-16岁段的少年装。从国内童装市场的现实经营状况看，中国婴儿装、幼儿装、小童装和中童装发展已初具规模，产业层次比较明显，拥有各自的领军企业，品牌数量相对较多。

中国童装消费均呈现两位数以上的增长，童装成了服装业发展的一个新增长点，查过很多相关的资料得知，目前我国年产童装占全国服装总产量的近10%。童装生产以中小企业为主，近年来，我国童装的消费需求同比保持高速增长，国内童装企业目前相对缺乏竞争力，国外品牌童装已占据了相当大的市场份额，几乎达50%，而国内有特色的童装品牌所占市场份额还很小，只有30%左右，70%企业处于无品牌状态。随着家庭收入的进一步提高，以及城市居民逐步达到小康生活水平，在现实中现在小孩的服饰需求也平常化，一年当中平时两套，过生日一套，六一节一套，过春节一到两套，一年当中最少需求5-6套，市场较乐观。同时中国童装市场正在逐步由“数量消费阶段”转移到“品牌消费阶段”总体消费特点表现为一是由过去的满足基本生活的实用型开始转向追求美观的时

尚型，部分经济发达的城市，消费者对童装的需求趋向潮流化、品牌化。童装企业在做品牌时，一定要做一个有文化内涵的品牌。

## 二、童装市场未来的发展趋势

中国童装产业发展很快，市场需求迅速扩大，童装产业发展前景被广泛看好。中国拥有庞大的童装消费主体，童装市场具有极大的开拓潜力。根据有关人口统计年鉴，经查过相关的资料显示，中国14岁以下的儿童约有3.14亿，其中城市近1亿，农村2亿多。据测算，以后，中国每年的新生儿出生率将保持一定比率的递增，到，新生儿出生数将进入高峰期，在现有出生数的基础上增加1倍，将形成庞大的儿童服装消费市场。

童装业的发展非常快速，以后的童装业发展将步趋品牌化、服务化、个性化、功能化发展，分述如下：

### 1. 品牌化

现在一些发达城市，生活水平较高的城市童装品牌店日益增多，随着生活水平的提高，品牌意识渐渐加强，现在不少城市中散货童装店也虽然很多，但一定要有品牌意识。

### 2. 服务化

童装的购买者有直接者有间接者(指买来送人的)，但以父母间接购买居多，现在由于子女人数不多，一般程度上都比较尊重他们的意见，一定程度上儿童的意见性非常重要，会制约购买意向。如何留住顾客，促使二次消费，我们要考虑更多的增值服务，除了单纯的卖给他们服装后，我们还能给他们带来什么?我们可以提供哪些更多的增值服务，进一点提高顾客价值，也是提高竞争力扩大销售的一种手段和一种发展趋势。

### 3. 个性化

生活水平的提高，对物质各方面的追求会越来越高，审美观点也变得潮流和时尚，针对儿童如果有一些再个性化的服装(一般是中童，大童，少年装为主)将会越来越被重视，而且要表达健康成长、积极向上的良好喻意。

### 4. 功能化

也查过相关资料，据了解市场上有部分衣服对人面含有不利健康的材料，不符合环保健康要求，穿得要健康。因此在以后的发展形势中，有各种功能诉求卖点，如可以当少儿一些不良症、有益提高免疫力的等功能性童装将会越来越被推广和普及。

童装行业的发展任重而道远，品牌男装和女装也许你可以一口气说上十来个不成问题，但要你说出知名的十来个童装品牌可能有点困难，未来童装的发展目的性针对性较强，大的国内品牌将会不断加强品牌建议，不断提高品牌知名度和影响力，规模将会越来越大;一些非品牌将会接受新一轮的应战，要么细会市场打造另一个第一，要么会被一些知名品牌收购和吞并，一些研发能力，设计款式时尚跟不上的部分中小型企业将会举步维艰。

## 三、当地市场调研

市场调研是一项非常重要的工作，因市而变，以便做好相应的评估，及时做好当地的市扬调查情况，要了解当地童装店的分布情况及销售情况，了解当地消费人群的消费习惯及消费水准，采用交谈法，实地观察法和问券调查的方法收据相关的信息收据。

当地的市场调查采取以下几种方法：

1. 采用传统的问券式调查法，收集相关的资料信息(已委托朋友交给幼儿园的老师分发学生让其父母填写、收回)，自己再上街实际询问操作。
2. 采用顾客交谈法，多问问当地身边的目标群体，了解他们的消费习惯。
3. 多到当地同类产品店多观察，了解他们的店面装修风格、货物风格以及销售成交情况，以便做评估。
4. 要在所租店面地段多多观察，多了解所在地段的人流量，目标群体进店率，所在地段的商业氛围。
5. 沿街观察或多到当地的幼儿园、小学多看看，了解当地年龄段朋友的穿衣风格，流行的款式等。

问券式调查内容表格如下:(当时委托一位幼儿园老师朋友让小朋友家长填写，发出去200份，收回150份左右，有效率75%)

区域市场童装消费意识及消费习惯调查表

## 童装创业计划书完整版篇二

童装涵盖了0-16岁年龄段人群的全部着装。童装企业进行童装品牌定位，可以通过年龄层细分市场。按年龄段可以细分为婴儿装、1-3岁段的幼儿装、4-6岁段的小童装、7-9岁段的中童装、10-12岁段的大童装、13-16岁段的少年装。从国内童装市场的现实经营状况看，中国婴儿装、幼儿装、小童装和中童装发展已初具规模，产业层次比较明显，拥有各自的领军企业，品牌数量相对较多。

中国童装消费均呈现两位数以上的增长，童装成了服装业发展的一个新增长点，查过很多相关的资料得知，目前我国年

产童装占全国服装总产量的近10%。童装生产以中小企业为主，近年来，我国童装的消费需求同比保持高速增长，国内童装企业目前相对缺乏竞争力，国外品牌童装已占据了相当大的市场份额，几乎达50%，而国内有特色的童装品牌所占市场份额还很小，只有30%左右，70%企业处于无品牌状态。随着家庭收入的进一步提高，以及城市居民逐步达到小康生活水平，在现实中现在小孩的服饰需求也平常化，一年当中平时两套，过生日一套，六一节一套，过春节一到两套，一年当中最少需求5-6套，市场较乐观。同时中国童装市场正在逐步由“数量消费阶段”转移到“品牌消费阶段”总体消费特点表现为一是由过去的满足基本生活的实用型开始转向追求美观的时尚型，部分经济发达的城市，消费者对童装的需求趋向潮流化、品牌化。童装企业在做品牌时，一定要做一个有文化内涵的品牌。

## 二、童装市场未来的发展趋势

中国童装产业发展很快，市场需求迅速扩大，童装产业发展前景被广泛看好。中国拥有庞大的童装消费主体，童装市场具有极大的开拓潜力。根据有关人口统计年鉴，经查过相关的资料显示，中国14岁以下的儿童约有3.14亿，其中城市近1亿，农村2亿多。据测算，20以后，中国每年的新生儿出生率将保持一定比率的递增，到20，新生儿出生数将进入高峰期，在现有出生数的基础上增加1倍，将形成庞大的儿童服装消费市场。

童装业的发展非常快速，以后的童装业发展将步趋品牌化、服务化、个性化、功能化发展，分述如下：

### 1. 品牌化

现在一些发达城市，生活水平较高的城市童装品牌店日益增多，随着生活水平的提高，品牌意识渐渐加强，现在不少城市中散货童装店也虽然很多，但一定要有品牌意识。

## 2. 服务化

童装的购买者有直接者有间接者(指买来送人的),但以父母间接购买居多,现在由于子女人数不多,一般程度上都比较尊重他们的意见,一定程度上儿童的意见性非常重要,会制约购买意向。如何留住顾客,促使二次消费,我们要考虑更多的增值服务,除了单纯的卖给他们服装后,我们还能给他们带来什么?我们可以提供哪些更多的增值服务,进一点提高顾客价值,也是提高竞争力扩大销售的一种手段和一种发展趋势。

## 3. 个性化

生活水平的提高,对物质各方面的追求会越来越高,审美观点也变得潮流和时尚,针对儿童如果有一些再个性化的服装(一般是中童,大童,少年装为主)将会越来越被重视,而且要表达健康成长、积极向上的良好喻意。

## 4. 功能化

也查过相关资料,据了解市场上有部分衣服对人面含有不利健康的材料,不符合环保健康要求,穿得要健康。因此在以后的发展形势中,有各种功能诉求卖点,如可以当少儿一些不良症、有益提高免疫力的等功能性童装将会越来越被推广和普及。

童装行业的发展任重而道远,品牌男装和女装也许你可以一口气说上十来个不成问题,但要你说出知名的十来个童装品牌可能有点困难,未来童装的发展目的性针对性较强,大的国内品牌将会不断加强品牌建议,不断提高品牌知名度和影响力,规模将会越来越大;一些非品牌将会接受新一轮的应战,要么细会市场打造另一个第一,要么会被一些知名品牌收购和吞拼,一些研发能力,设计款式时尚跟不上的部分中小型企业将会举步维艰。

### 三. 当地市场调研

市场调研是一项非常重要的工作，因市而变，以便做好相应的评估，及时做好当地的市扬调查情况，要了解当地童装店的分布情况及销售情况，了解当地消费人群的消费习惯及消费水准，采用交谈法，实地观察法和问券调查的方法收据相关的信息收据。

当地的市场调查采取以下几种方法：

1. 采用传统的问券式调查法，收集相关的资料信息(已委托朋友交给幼儿园的老师分发学生让其父母填写、收回)，自己再上街实际询问操作。
2. 采用顾客交谈法，多问问当地身边的目标群体，了解他们的消费习惯。
3. 多到当地同类产品店多观察，了解他们的店面装修风格、货物风格以及销售成交情况，以便做评估。
4. 要在所租店面地段多多观察，多了解所在地段的人流量，目标群体进店率，所在地段的商业氛围。
5. 沿街观察或多到当地的幼儿园、小学多看看，了解当地年龄段朋友的穿衣风格，流行的款式等。

问券式调查内容表格如下:(当时委托一位幼儿园老师朋友让小朋友家长填写，发出去200份，收回150份左右，有效率75%)

#### 区域市场童装消费意识及消费习惯调查表

一. 您的年纪是?

二. 您小孩的性别是?

a.男孩 b.女孩

三. 您小孩的年龄是多大?

四. 为小孩购买童装时, 会不会在意是否是品牌童装?

a.在意, 一定要选择品牌的 b. 不在意, 只要质量款式好就行

五. 为小孩购买童装时, 你考虑先后顺序是: (选择你最重视的两项)

a.是否是品牌 b. 质量 c. 款式 d. 价格

六: 下面哪些节日时, 您会考虑为小孩购买新衣服?

a.过生日时 b. 六一儿童节 c. 过春节时 d. 过这些节日, 都会买

七. 一年中您一般会为您的小孩买几套衣服?

八. 您愿意花多少钱购买一件小孩的衣服?

九. 去店里购买衣服时联系电话:

以上表格的调查内容可以帮我们了解到:

1. 当地小孩的年龄层次分布集中情况
2. 当地各年龄段男女孩的性别数量比例.
3. 当地人的是否注重品牌意识
4. 当地人愿花多少钱去买一件儿童服饰
5. 间接和直接消费群体的购买权



6. 当地人的收入与消费水平
7. 一年中当地童装大约有多少购买需求
8. 哪些日子家长会考虑为自己孩子购买童装
9. 当地的消费意识是注重质量、款式、还是价格
10. 目标群体是喜欢采取明码标价还是注重散货店店员报价再还价

## 童装创业计划书完整版篇三

融资是指从企业外部筹集资金的方式，包括直接融资和间接融资。而筹资活动除包括从企业外部筹集资金，即融资之外，还应包括通过对企业内部资金的合理安排，如税后利润、折旧、投资收益等，以筹集企业为发展某一项目的资金，而所做的财务安排。

我们店的周转资金打算除了自己3个人平摊之外，积极争取各自家长的支持，说服他们也来投资。

### (二) 风险控制

随着市场经济的发展，经营风险越来越成为影响经济安全、影响社会稳定的一个重要方面。也可以这样说，一个企业的赢利能力与其防范风险的能力是相辅相成的，没有规避风险、控制风险的能力，就不可能有赢利能力。这主要是因为：在市场经济条件下，资本追逐利润，利润伴随风险；利润越高，风险越大。这是一条铁的规律。要想赢利就必须学会控制风险。赢利的可能性越大，风险的可能性也就越大。

店铺整体的形象、灯光及产品的陈列也会直接影响销售额！人靠衣装，佛要金装，卖衣服也需要包装！再好的衣服放在地摊

上卖就是地摊货，让人相信他是品牌货就非常困难了。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

## 童装创业计划书完整版篇四

童装涵盖了0-16岁年龄段人群的全部着装。童装企业进行童装品牌定位，可以通过年龄层细分市场。按年龄段可以细分为婴儿装、1-3岁段的幼儿装、4-6岁段的小童装、7-9岁段的中童装、10-12岁段的大童装、13-16岁段的少年装。从国内童装市场的现实经营状况看，中国婴儿装、幼儿装、小童装和中童装发展已初具规模，产业层次比较明显，拥有各自的领军企业，品牌数量相对较多。

中国童装消费均呈现两位数以上的增长，童装成了服装业发展的一个新增长点，查过很多相关的资料得知，目前我国年产童装占全国服装总产量的近10%。童装生产以中小企业为主，近年来，我国童装的消费需求同比保持高速增长，国内童装企业目前相对缺乏竞争力，国外品牌童装已占据了相当大的市场份额，几乎达50%，而国内有特色的童装品牌所占市场份额还很小，只有30%左右，70%企业处于无品牌状态。随着家庭收入的进一步提高，以及城市居民逐步达到小康生活水平，

在现实中现在小孩的服饰需求也平常化，一年当中平时两套，过生日一套，六一节一套，过春节一到两套，一年当中最少需求5-6套，市场较乐观。同时中国童装市场正在逐步由“数量消费阶段”转移到“品牌消费阶段”总体消费特点表现为一是由过去的满足基本生活的实用型开始转向追求美观的时尚型，部分经济发达的城市，消费者对童装的需求趋向潮流化、品牌化。童装企业在做品牌时，一定要做一个有文化内涵的品牌。

中国童装产业发展很快，市场需求迅速扩大，童装产业发展前景被广泛看好。中国拥有庞大的童装消费主体，童装市场具有极大的开拓潜力。根据有关人口统计年鉴，经查过相关的资料显示，中国14岁以下的儿童约有3.14亿，其中城市近1亿，农村2亿多。据测算□20xx年以后，中国每年的新生儿出生率将保持一定比率的递增，到20xx年，新生儿出生数将进入高峰期，在现有出生数的基础上增加1倍，将形成庞大的儿童服装消费市场。

市场调研是一项非常重要的工作，因市而变，以便做好相应的评估，及时做好当地的市扬调查情况，要了解当地童装店的分布情况及销售情况，了解当地消费人群的消费习惯及消费水准，采用交谈法，实地观察法与问券调查的方法收据相关的信息收据。

幼儿园，中小学校等学区周边地区。现在的城市家庭几乎都是独生子女，随着经济的发展，家庭收入及生活质量都在提高，所以家长对孩子的穿着及打扮都十分的讲究，逢年过节更是会大量采购童装。对儿童服装的价格及品质都很敏感，衣多多童装批发网质优价低的市场定位可以最大程度地迎合他们的需要。

综上所述，地下商场较符合我们的标准。地下商场行人流量高，但是不至于拥挤而组织顾客前往，且顾客有很多会携带小孩一起购买。公共交通设施齐全，路况良好，可以带来可

观的客流，也有利于商店上货。店面面积不小，每间大概25平米，水电、下水道、暖气等条件良好。商城位于市中心，距离居民区或交通干线很近。

## 童装创业计划书完整版篇五

我们打算在义乌地下商业街开一家童装店，货源最好能离我们的实体店近一点，方便进货，也可以加快新款服饰的更新，更好的实现销售盈利目的。但是倘若我们在义乌本地的童装生产厂家与批发商购买服装，我们就不能达到款式新颖的目标，因此我们打算去杭州、江苏或者直接到网上去寻找货源。在网上进货不但方便，而且款式众多。

### (二)销售渠道

在销售渠道方面，一方面我们在地下商业街开设实体店，另一方面我们在网上开一家网店，还可以在qq上建立qq群，不但可以与消费者更好的交流，了解他们的实际需求，跟可以借此机会完善我们的服务方面的不足。

文档为doc格式