

2023年大学生创业开服装店计划书 大学生创业服装店计划书(优质8篇)

通过制定规划计划，我们可以更好地掌握时间，提高效率，实现自己的目标。[范文六]

大学生创业开服装店计划书篇一

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，鲑鱼圈现已将近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wisemedia

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adida□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：

鲑鱼圈的店铺选址是问题所在，暂时没有合适的位置。

1. 选址：现在鲑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店铺会有不同的效果，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。

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

大学生创业开服装店计划书篇二

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。

二、产品定位

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。）

三、市场分析

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。

四、竞争分析(优劣分析)

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、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。

五、店铺投入

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店铺会有不同的效果，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!空调在夏天必需要具备，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

大学生创业开服装店计划书篇三

创业已经成为时髦的关键词，但真正的创业是一件很头疼、很纠结的事，每个创业者都会遇到很多问题，如团队、钱、商业模式、产品等问题。下面小编为大家带来了一份大学生服装店创业计划书，欢迎大家阅读学习！

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) 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、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)。

鲑鱼圈的店铺选址是问题所在，暂时没有合适的位置。

大学生创业开服装店计划书篇四

当今社会，在校大学生自主创业也成为大学生发展自我，增加经验的一种趋势，这种行为不但可以锻炼自我，磨练意志，积累经验，同时还可以通过自己的努力，为父母减轻一些负担。所以，我们应顺着这种趋势不断摸索，探求，在坚持原则的基础上以更好更多的实战经验去迎接未来的挑战！

为此，我打算建立一个以时尚服装为主体，各种饰品，纪念品，日用品同时经营的便利店，既方便他人，也满足自己，从更大的方面跟上时代的步伐，促进社会的发展！

这是个知识的时代，但是这个时代更加需要人才，只要你愿意，没有什么不可以，相信自己——路是自己走出来的！成功就在眼前！

2、我校大部分大学生来自农村，中等消费水平居多，经济非常好的不多，学校又坐落在这个消费水平居高的旅游名城，很多时尚服装只有专卖店有，这给我们出了很大难题，无奈之余只有穿些朴素的服装，质量难保证，实惠又时尚的服装正是这些学生想要。

1、众所周知，在大学校园里，能力远比知识更重要，这就需要一个平台来让我们不断学习、锻炼和展现自我、从而增加能力。学校里面的社团和学生会对我来说已经没有多大诱惑

了，所以我需要自主创业来为自己铺路。

2、勤工助学是我们很多大学生都想做的事情，一来可以减轻父母的负担，二来也可以向他人证明自己的自立与成长，但是据我所知，校内能提供的勤工助学岗位是非常有限的。这就使得我们只有通过自己的努力来打开另外一种勤工助学的渠道，以真正做到自立自强！

具体项目如下：

时尚男女服；

男女睡衣；

精美男女包；

运动鞋(以安踏为主)；

运动球衣，球类，日用品，伞，等。

古城烙画，披肩等丽江特色产品(可作为促销赠送品)

2、互利原则：在真诚的基础上，做到主顾双方平等互惠；

3、诚信原则：保证为顾客所提供的产品无质量问题，做好售后服务工作，保证诚信经营，一切为了顾客。

1、所有在校大学生

1、在大学的校园内外，至今还没有这方面的经营店。所以在市场竞争上，我们处于一个相对的优势位置。但是正因为如此，市场的打开又将面临着一个大的问题。在一定程度上，很多同学会存在戒备的心理，所以一个创新的有说服力的广告宣传是必要的。

2、现代社会，大学生对产品的质量绝对有顾忌，所以我们面临的另外一个问题就是同学不屑接受的一个问题，所以我们要拿出有威望、有质量、真正有效的产品，先着手树立一个良好的形象，以便更快打开市场。

6、大学人口庞大，是一个密集型的小镇，消费能力绝对可观，过生日，同学聚会，老乡聚会，男女约会等天天都有，而现在学校还没人帮助策划这些，如果能抓住这一市场还是有发展潜力，不用成本，还可增加些额外收入(有待研究)

5、设备上：需要台电脑、打印机、复印机(打印复印一体机)

2、分配：

2)每月提成分配标准：按业绩分配，具体待定

在服务过程中出现货物积压，应完善退货机制，作好一切促销准备，保证只赚不亏

预计投入：初步预计投入3000元

资金分配：打印复印一体机预计投入 <=1000

服装进货量预计1500元

其他货物预计300元

赠品预计200元

以上分配视资金而定可做调整，比例不变。

大学生创业开服装店计划书篇五

本公司位于郑州市二七纪念塔旁边的步行街，是郑州的中心，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，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%，若收银出了问题它要负责。

- 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

大学生创业开服装店计划书篇六

这是一个信息年代，而按照淘宝对外公布的数据[]20xx年淘宝成交额超过4000亿元，而到20xx年马云公布流动资金已达1万亿，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，这更加给力人们带来了网上创业的机会，优秀的平台，必定会造就优秀的企业。而实体店的模式又适合进货和喜欢逛街类的消费群体，结合了广大消费群体需求。

1. 实体店的优势：不仅满足对个别地区人的需求，而且对了解潮流趋势，了解消费需求都有现实的意义。

2. 网店优势：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，到商场逛、挑、试。从各个方面来说，买一件衣服所化的除了标价之外，还要花费时间成本，交通成本等等，劳心劳力，相对于网购，可以通过半个多小时的挑选，其余的成本都节省了，价格相对来说也会比商城的优惠。可谓既省时间，又省金钱。

1. 目标市场：男性消费者，虽说女性是服装行业的主流市场。但是相比较女性而言，男性市场的消费力更加大于女性，男性通常在购买衣服时很少会还价，经常挑选等习惯，而男性更加注重自身形象，对穿着将就，能保证质，而女性通常以低价的廉价货品居多，难以做到中端，高端。如果将实际购买者和购买决策者的数量统计出来，男性这个比率将会更高，所以我把18~35岁的消费者作为我的最大客户群。

2. 产品消费群体、方式的 因素分析：随着网络的发展，大多数年轻消费者越来越喜欢网上购物，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。网店的信誉是最重要的，不论实体店还是网店，信誉是首位，因此我的营销模式将采用实体店与网店结合起来运营。

1. 销售政策的制定：实体店营销与网店营销结合

2. 销售渠道和售后服务：网上销售和实体店销售，专注服务从前期店面选择到店面设计，帮助进行合理配货，全方位服务模式。

(1) 实体店将选择城郊，因为启动资金仅10万元，城郊的门面租金相对较低些。

(2) 网店营业期间，需要结合物流公司。

3. 主要业务关系状况：各级资格认定标准政策

付款方式：网上支付、货到付款、信用卡支付

货运方式：快递

大学生创业开服装店计划书篇七

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。因此服装行业在市场上业越来越重要。

（一）竞争者：

- 1、卖场气氛，本区内对本企业较有影响性的竞争店，其卖场气氛、购物环境、服务态度。
- 2、客流量，该竞争店每日的成交客户数。
- 3、平均消费额
- 4、营业额

（二）空白市场：

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，很适合我们这些刚涉足商业的创业界层。再则，大型零售业情况20xx年大型零售企业销售统计显示：服装销售继续保持增长，销售额较20xx年同期增加了18.63%，数量增长14.95%。销售价格较去年同期上升了3.12%。服装消费升级，消费者逐渐向较高消费层次漂移，服装消费市场分层进一步清晰。

这一切都表明：我们进军服装行业比较容易，比较有市场。

女性在服装衣着上的花费将会逐年持久地增长。虽然女性服装店如雨后春笋般林立于大街小巷、闹区等人口集中的地方，但同时，女性对服装的追求与渴望是永无休止的，是疯狂强烈的。她们可以为了够买衣服而宁愿少吃几顿饭或者省下零食钱。因此，开一家女性服装服饰店仍然是有利可图的。当然，没有任何事情是绝对的，成功与失败只是一线之差。若没有有别于他人的营销理念或经营特色，是很难与同行竞争的，失败的结果就如海市蜃楼般迅速结业或转手让人。以下的数据正正说明了女性服装消费力的强大。

从消费品类来看，女装（包括裙子、套装、上衣等类别）销售量占到服装销售总量的28.96%，成为最大的消费类别；针织内衣裤销售量占服装销售总量的16.27%，是第二大消费类别；童装消费量占服装消费总量的7.71%；另外，羊绒及羊毛衫和t恤销售数量较大，分别占总销售量的7.08%和4.25%。销售数量增幅超过平均增幅的品类有t恤、牛仔服和女装。

不知在哪里听说过，女人的钱最好赚了，这其实是有道理的。女性平均每年花在购买服装上的金额为20xx元人民币或其个人收入的7.3%。

因此，我们的服装店主要经营女性服装，把目标定位在女性上。

（一）规模：

规模的含义就是，开大还是开小，开多大最为合适。对于此种营方式来说，市场需要开

多大就开多大，并不是有多少钱就开多大，或想多大就多大。反过来讲，投资规模要与经营内容、技术条件、市场需求等因素相协调。在决定开店规模时，可以通过多个方案的比较分析后再决定。如需要场地多大、人员多少、资金投入多少等。

由于我们还没有具体的研究场地、服务人员等因素，所以我们的服装店的规模还没有具体定位，可能不会很大。

（二）消费者：

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。

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。

3、45—65岁：该年龄段的人口在2.7亿左右。该消费群体事业有成，服装购买欲望一般，但对服装有一定的品牌需求。市场上适合该年龄段的服装品牌较少，往往是有够买欲望时，却找不到适合的服装品牌，特别是满足该年龄段的女性品牌

严重缺失。

4、65岁以上：该年龄段人口在1亿左右，购买欲望较低，对服装的需求不是很强。本店的消费者主要是18岁~30岁的女性，主要为收入中下层次的女性朋友，她们的收入不高，可能会喜欢我们服装店的服装。

（一）产品：

由于本店的目标对象是18—30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、夸张也不能太落后。

（二）价格：

因为本店的消费者为收入中下层次的女性朋友，因此价位将定在中、低档次上，大众化且让顾客有“物超所值”的感觉。

（三）渠道：

渠道的级数代表管理的层次，渠道的覆盖面积代表管理的幅度，渠道结构就是管理结构。渠道要适应大的环境，适当的幅度和层次确保管理的有效性，并确保渠道费用最低。

（四）促销：

（1）开店时，可以进行买衣服送小挂饰品的促销活动，或打折的促销活动。

（2）特殊节日时，比如“五一”、“十一”、“妇女节”时进行打折促销活动。

服装店的服务宗旨、服务理念等，都需要传播，需要服务人员用语言用行动积极去推广、宣传、贯彻、落实。

服装店最近有哪些新货上架，有哪些款式，款式的大小，颜色等都需要服务员告诉我们的顾客，以满足客户的需求，最大努力的让客户满意。

大学生创业开服装店计划书篇八

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。因此服装行业在市场上业越来越重要。

（一）竞争者：

- 1、卖场气氛，本区内对本企业较有影响性的竞争店，其卖场气氛、购物环境、服务态度。
- 2、客流量，该竞争店每日的成交客户数。
- 3、平均消费额
- 4、营业额

（二）空白市场：

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，很适合我们这些刚涉足商业的创业界层。再则，大型零售业情况20xx年大型零售企业销售统计显示：服装销售继续保持增长，销售额较20xx年同期增加了18.63%，数量增长14.95%。销售价格较去年同期上升了3.12%。服装消费升级，消费者逐渐向较高消费层次漂移，服装消费市场分层进一步清晰。

这一切都表明：我们进军服装行业比较容易，比较有市场。

女性在服装衣着上的花费将会逐年持久地增长。虽然女性服装店如雨后春笋般林立于大街小巷、闹区等人口集中的地方，但同时，女性对服装的追求与渴望是永无休止的，是疯狂强烈的。她们可以为了够买衣服而宁愿少吃几顿饭或者省下零食钱。因此，开一家女性服装服饰店仍然是有利可图的。当然，没有任何事情是绝对的，成功与失败只是一线之差。若没有有别于他人的营销理念或经营特色，是很难与同行竞争的，失败的结果就如海市蜃楼般迅速结业或转手让人。以下的数据正正说明了女性服装消费力的强大。

从消费品类来看，女装（包括裙子、套装、上衣等类别）销售量占到服装销售总量的28.96%，成为最大的消费类别；针织内衣裤销售量占服装销售总量的16.27%，是第二大消费类别；童装消费量占服装消费总量的7.71%；另外，羊绒及羊毛衫和t恤销售数量较大，分别占总销售量的7.08%和4.25%。销售数量增幅超过平均增幅的品类有t恤、牛仔服和女装。

不知在哪里听说过，女人的钱最好赚了，这其实是有道理的。女性平均每年花在购买服装上的金额为20xx元人民币或其个人收入的7.3%。

因此，我们的服装店主要经营女性服装，把目标定位在女性上。

（一）规模：

规模的含义就是，开大还是开小，开多大最为合适。对于此种营方式来说，市场需要开

多大就开多大，并不是有多少钱就开多大，或想多大就多大。反过来讲，投资规模要与经营内容、技术条件、市场需求等因素相协调。在决定开店规模时，可以通过多个方案的比较分析后再决定。如需要场地多大、人员多少、资金投入多少等。

由于我们还没有具体的研究场地、服务人员等因素，所以我们的服装店的规模还没有具体定位，可能不会很大。

（二）消费者：

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。

3、45-65岁：该年龄段的人口在2.7亿左右。该消费群体事业有成，服装购买欲望一般，但对服装有一定的品牌需求。市场上适合该年龄段的服装品牌较少，往往是有够买欲望时，却找不到适合的服装品牌，特别是满足该年龄段的女性品牌严重缺失。

4、65岁以上：该年龄段人口在1亿左右，购买欲望较低，对

服装的需求不是很强。本店的消费者主要是18岁~30岁的女性，主要为收入中下层次的女性朋友，她们的收入不高，可能会喜欢我们服装店的服装。

（一）产品：

（二）价格：

因为本店的消费者为收入中下层次的女性朋友，因此价位将定在中、低档次上，大众化且让顾客有“物超所值”的感觉。

（三）渠道：

渠道的级数代表管理的层次，渠道的覆盖面积代表管理的幅度，渠道结构就是管理结构。渠道要适应大的环境，适当的幅度和层次确保管理的有效性，并确保渠道费用最低。

（四）促销：

（1）开店时，可以进行买衣服送小挂饰品的促销活动，或打折的促销活动。

（2）特殊节日时，比如“五一”、“十一”、“妇女节”时进行打折促销活动。

服装店的服务宗旨、服务理念等，都需要传播，需要服务人员用语言用行动用心去推广、宣传、贯彻、落实。

服装店最近有哪些新货上架，有哪些款式，款式的大小，颜色等都需要服务员告诉我们的顾客，以满足客户的需求，最大努力的让客户满意。