

山西省第四届“兴晋挑战杯”创业计划大赛参赛作品

《“衣改往昔”旧衣改造工作室》
创业计划书

作
品
申
报
书

山西省财政税务专科学校

二〇一〇年六月

摘要

在经济高速发展的今天，人们对物质生活的追求越来越高，2009年，全国社会消费品零售总额125342.7亿元，同比增长15.5%。其中，服装类消费超过12000亿元，同比增长18.8%，低于2008年的2.8个百分点。服装作为“衣食住行”的排头兵，其消费明显超过全国消费品零售总额增速，仅次于家具类、建筑及材料类和汽车类商品销售增长。

另外，当今世界年轻人中追求个性、时尚、独一无二的人也越来越多。据统计调查，87%的人有许多旧的衣服，都不知道该如何处理，这些衣服也就成了“弃之可惜”，“食”之无味的“鸡肋”由此看来，旧衣回收已经形成一种强烈的社会需求。针对这种现实，本工作室应运而生。

“衣改往昔旧衣改造工作室”主营旧衣回收改造及销售，回收人们不再需要的衣物，对其进行个性设计改造，实现再利用。这样不仅可以减少生活垃圾、合理利用废品顺应低碳生活的主题，还可以满足个性追求者对个性服装的需求。另外，对于人们穿厌了的衣服我们也可以进行改造，让顾客旧衣穿出新感觉。

本工作室计划启动资金25万进行经营，7120元用于第一年购买原材料，8950元用于购买固定机器设备，经过一年的经营，可以实现90860的收入，利润达9850元。经过一系列计算，结果表明本工作室财务可行性较强，市场前景广阔，并且可操作性较强，不失为一个不错的投资选择。

【关键字】：个性 旧衣 改造 时尚

目录

摘要.....	2
一、工作室概述.....	5
(一)工作室名称、结构及性质.....	5
1.工作室名称：“衣改往昔”旧衣改造工作室.....	5
2.性质：以加工销售二手衣服为主的有限责任公司.....	5
3.工作室结构：.....	5
(二)经营范围及理念.....	5
1.经营范围：.....	5
2.经营理念.....	5
(三)工作室经营策略及服务宗旨.....	6
1.经营策略.....	6
2.服务宗旨.....	6
(五)注册资本及工作室设施.....	6
1.注册资本：25万元.....	6
2.经营中所需的固定资产及其价格.....	6
二、产品与服务介绍.....	6
(一)产品特色.....	6
1.旧衣改造的个性包包：.....	6
2.旧衣服改造+贴水晶.....	7
3.破牛仔裤.....	7
(二)产品生产流程.....	8
(三)产品技术支持.....	8
(四)回收途径及相关价格.....	9
1.回收途径.....	9
2.主要产品回收价格.....	10
三、市场分析.....	11
(一)市场描述.....	11
1.市场前景.....	11
2.市场宏观及微观分析.....	12
(二)目标市场.....	12
1.主要市场：追求个性的时尚一族.....	12
2.拓展市场：有服装改造需求的消费者.....	13
3.连带市场：低收入人群.....	13
(三)目标消费群.....	13
(四)市场定位分析.....	13
(五)市场变化.....	14
(六)潜在市场.....	14
四、营销战略.....	14
(一)产品策略.....	14

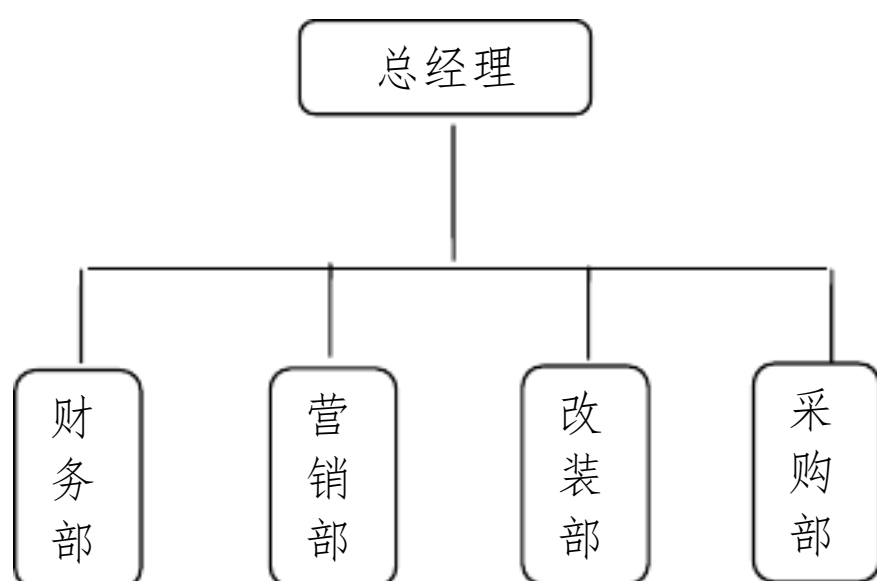
(二) 价格策略.....	14
(三) 渠道策略.....	14
1. 扩大知名度.....	15
2. 选择在个性潮流服饰店寄卖.....	16
3. 感恩回馈（积分机制）.....	16
4. 活动与形式推广自己的产品.....	16
五、相关战略.....	16
(一) 总体战略.....	16
1. 公司使命.....	16
2. 公司宗旨.....	16
3. 公司发展战略.....	16
(二) 竞争战略.....	17
1. 产品竞争.....	17
2. 行业竞争.....	18
六、财务分析.....	18
(一) 资本筹集分析单位（万元）.....	18
(二) 投资资金分析.....	19
(三) 收入成本预测分析.....	22
(四) 资金运营中现金流的分析.....	22
(五) 资金退出方式.....	23
附录.....	24

“衣改往昔”旧衣改造工作室 创业计划书

一、工作室概述

(一)工作室名称、结构及性质

- 1.工作室名称：“衣改往昔”旧衣改造工作室
- 2.性质：以加工销售二手衣服为主的有限责任公司
- 3.工作室结构：



(二)经营范围及理念

1. 经营范围：

(1) 旧衣改造，引领新的时尚潮流，回收旧衣并对其进行改造，将改造后的产品销售给个性的、追求时尚的、有一定消费能力的年轻一族，满足他们的消费需求。

(2) 对顾客穿厌了的服装进行装饰改造，使其具有新的价值。

2. 经营理念

(1) 发掘可利用的物质，加工再利用，最大限度的发挥其价值。

(2) 紧跟倡导环保的时代大潮，变废为宝，引导大家走进低碳生活。

(3) 生产个性的服装,满足个性追求者的需求。

(三) 工作室经营策略及服务宗旨

1. 经营策略

低碳从旧衣开始,“衣改往昔”旧衣改造工作室提倡“节约环保,变废为宝”的消费理念,将旧衣改造和个性打造相结合,向个性服装店提供优质的改造服装,向需求人群提供改装服务,以满足人们追求个性和渐趋理性的消费心理。

2. 服务宗旨

低碳从衣开始,潮流你我引领!

(四) 工作室地址

太原市千峰南路鸿峰花园

(五) 注册资本及工作室设施

1. 注册资本: 25 万元

2. 经营中所需的固定资产及其价格

序号	固定资产	购买金额(元)	折旧方式	折旧年限(年)	折旧额(元/年)
1	消毒设备	2500	直线法	10	250
2	锁边机	450	直线法	10	45
3	印染机	1600	直线法	10	160
4	缝纫机	1300	直线法	10	130
5	熨平机	1200	直线法	10	120
6	洗衣机	1900	直线法	10	190

二、产品与服务介绍

(一) 产品特色

改装工作室的主要业务,就是对顾客提供的物品进行个性化的装饰、改造,使其具有独特的艺术情调和个性风格。改装工作室可以改装的东西多种多样,从服装、鞋包、饰品,到家具及各类家居用品,只要顾客有“改”的要求,工作室就可以帮你实现。

1. 旧衣改造的个性包包:



2. 旧衣服改造+贴水晶

很多女孩都喜欢闪亮的服装，这种衣服动辄又卖得很贵，还和你大谈手工制作。其实找件旧衣服来加入 bling bling 亮的元素很简单。



3. 破牛仔裤

谁没有几条破旧牛仔裤？这可是个好东西，它可以被改造为拖鞋、环保袋、笔袋、手机套，还可以改为更破的牛仔裤、酷毙的牛仔外套、花哨的牛仔裙等等，牛仔

裤真是名副其实，就像牛一样浑身都是宝。挑选的时候除了看牛仔布的颜色外，还要注意牛仔裤原本的一些细节是否丰富，例如纽扣、腰带襻、皮标等等，它们都可以成为你重新改造时的点睛之物。



(二) 产品生产流程

回收 → 分类 → 清洗 → 消毒 → 设计 → 制作 → 包装 → 销售

(三) 产品技术支持

关键要素	要素描述
价值性	<ol style="list-style-type: none"> 1. 中国衣服行业年均产值增长速度超过 12%，而传统衣服需求量则逐年递减。旧衣改造与庞大的行业市场相比，具有巨大的空白性。 2. 旧衣改造和制作和销售在不同地点完成，产品价值强度潜力巨大。
稀缺性	<ol style="list-style-type: none"> 1. 在太原市的商业圈中，此类行业少而且规模小技术水平不高。 2. 产品独一无二，避免了因追逐时尚而撞衫的尴尬。
不可模仿性	我们工作室积极走在改装行业的前端，最快速度获取新颖技术和材料，产品技术更新换代极快，永远赶超多数竞争者一部，不具可模仿性。

不可替代性	<p>1. 竞争对手可以寻找具有相似效果的替代品,但融汇顾客思想时尚风格衣服凤毛麟角,制作商品同快销品一样,难以替代。</p> <p>2. 我们的工作室走在潮流前端,技术、产品、创意同样难以替代。</p>
可利用性	与行业领先者和顾客市场积极联系,建立基础的销售渠道。

(四) 回收途径及相关价格

1. 回收途径

(1) 定点收购

我们将在市区繁华路段、各大服装卖场、社区和街道服务处设立定点收购处以各大商场为例。通过调查数据显示,太原市百货商场的消费群体以月收入2000元以上的25—50岁人群为主。所以针对我们的目标消费群,在工作室初期我们主要是在大商场附近设点回收,

选址及分析如下:

① 选址 1: 高消费区

收购点	华宇购物中心	铜锣湾购物中心	太原燕莎购物中心	天美名店
位置	后开化寺街	柳巷北路	长风大街街西	新建路与水西关街十字路口的西北角
优势	<p>A. 地理位置优越,主要分布在传统商业街区繁华地段,或以饮食业为主的人流密集区</p> <p>B. 均属于中高档消费区,锁回收的衣物可利用率大</p>			

② 选址 2: 中高档居民区

	丽华苑	帝景华府	亲贤苑	原上园
位置	长风西街北 滨河西路以西	小店区平阳 路	小店区亲贤 街体育路	万柏林区 虎峪河以南
优势	<p>A.处于消费水平较高的人群聚居地，便于集中回收利用价值较高的二手服饰</p> <p>B.拥有大量的目标销售群体，有利于宣传营销。</p>			

(2) 特殊渠道收购

上网的时候总会看到很多人发帖子询问是否有旧衣回收机构，可见这个旧衣回收行业是很需要出现的行业，我们将在网上建立回收平台，开通一个免费的绿色通道，以更方便衣物的回收管理，并且定期在网上公布衣物利用情况。

2. 主要产品回收价格

序号	产品种类	产品分类	品质	回收价格(元)	备注
1	T恤	品牌	品质较好	40	
			品质一般	30	
		非品牌	品质较好	15	
			品质一般	10	
2	衬衣	品牌	品质较好	50	
			品质一般	45	
		非品牌	品质较好	30	
			品质一般	20	
3	裤装	品牌	品质较好	50	
			品质一般	40	
		非品牌	品质较好	30	
			品质一般	20	

	针织衫	品牌	品质较好	80	
			品质一般	60	
		非品牌	品质较好	35	
			品质一般	20	
5	大衣、外套	品牌	品质较好	120	
			品质一般	100	
		非品牌	品质较好	80	
			品质一般	60	
6	皮质服装	品牌	品质较好	180	
			品质一般	140	
		非品牌	品质较好	120	
			品质一般	100	

三、市场分

(一) 市场描述

1. 市场前景

当今社会是以发展中国家为主，世界总体积部平衡，人口基数大，人口增长快，服装作为“衣食住行”的排头兵，在消费支出中占有重要比重。据中央统计局调查数据显示，2009年，全国社会消费品零售总额125342.7亿元，同比增长15.5%。其中，服装类消费超过12000亿元，同比增长18.8%，低于2008年的2.8个百分点。服装消费明显超过全国消费品零售总额曾增速，仅次于家具类、建筑及材料类和汽车类商品销售增长。同时2.8个百分点的下跌也显示了2008年来金融危机对我国服装行业的重大冲击。

随着经济的发展和社会的进步，人们的物质文化生活水平较之以往得到了很大的改进，但随之“物质垃圾”，服装类废物也应运而生。在面料制作不断提高和面料使用时间及其频率不断减短的情况下，质量完好的旧衣物越来越多。“即便是一件看起来很普通的衣服，其背后也蕴藏大量能源资本”一位研究服装面料的专家给记者举例到，化纤衣物要消耗石油，而普通的棉布从棉花的种植开始，到使用机械耕作、施以

此。

与此同时，因大量加工、印染面料以及配件所产生的化学物质在破坏着我们的环境。在这种情况下，旧衣服的回收再利用成为了走“节能环保产业”的先驱旧衣物的循环也是资源的周转，畅通旧衣循环渠道，不仅有益增强百姓的节约意识，更能为整个社会节约社会资源。

大多数人家有许多舍不得扔又没办法用的宝贝，像过时的衣服鞋子、坏掉的首饰、可爱但不实用的小东西等。“衣改往昔”旧衣改造工作室将废物利用和个性打造结合起来，实现变废为宝的效果，因此很容易得到个性化的年轻人的青睐。

2. 市场宏观及微观分析

(1) 宏观分析

旧衣改造是一个新兴的市场，在国外和部分沿海各城市已经受到人们的普遍认可，内地相对较差，但是随着年轻人的消费水平的提高，城市的发展速度的加快，旧衣改造行业在内地的市场也开始发展，并渐渐得到了认可。

“衣改往昔”旧衣改造工作室的产品主要是面向追求时尚个性的客户群体，而这类人群中年轻人占到大多数，所以我们选择在年轻人密集的高校附近，因产品服务市场空缺，所以市场开发的范围较大。

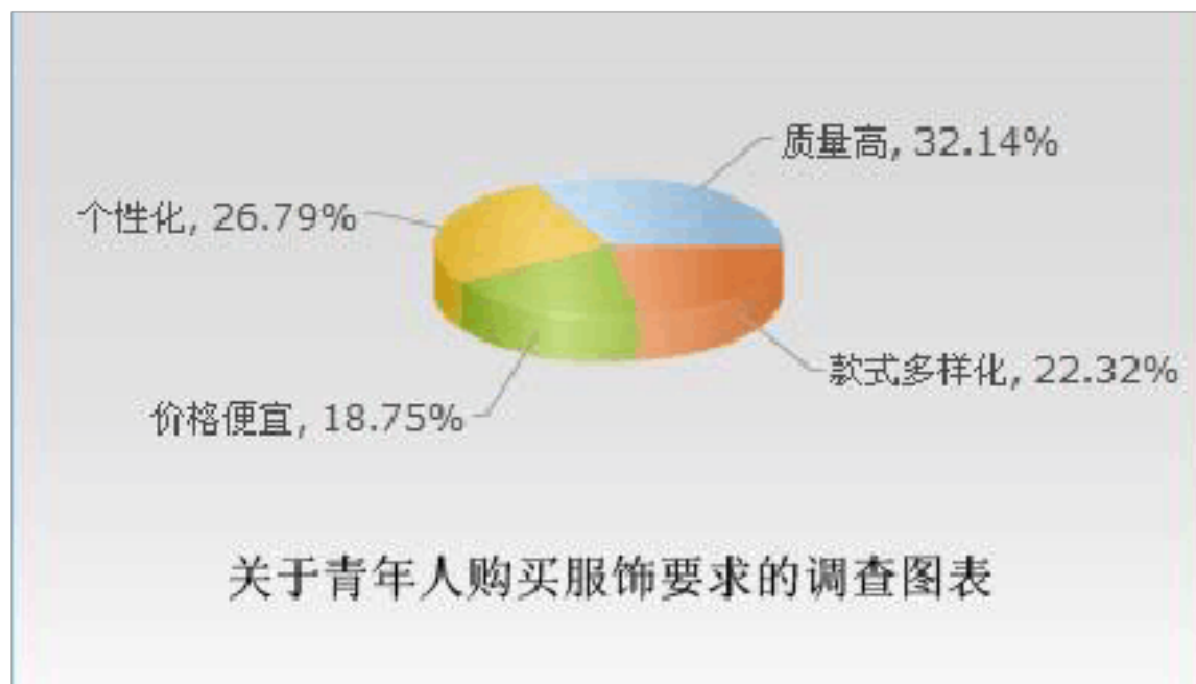
(2) 微观分析

本工作室将引进拥有实际经验和创意的设计师对工作室进行技术指导，并和各大高校合作，建立校企合作实践团队。一是，收购旧衣对其进行个性，进行销售；二是按照顾客的要求对其提供的衣物加以改造，顾客可以选择自己喜欢的衣服版式、颜色和图案等，这些极具个性的选择和种类不拘泥形式，所以所制作的产品在式样、风格上更能满足个性一族的需求；另外，针对顾客关于时尚搭配等方面的咨询进行解疑。此外，工作室在后续的发展中还可以鼓励前来的顾客和我们的员工进行一对一的教学与动手实践，甚至可以考虑招收大学生学徒，为那些家境贫寒的学生提供生财之道、减轻经济负担，为那些DIY嗜好者提供施展才华的平台。

(二) 目标市场

1. 主要市场：追求个性的时尚一族

(1) 时尚个性，独一无二



据统计，有 26.79% 的青年人购买服装趋向于个性化，说明个性服饰市场有很大的发展空间，而改造服装相比于其它品牌服装，它所具有的优势在与独特性，由于改造服装的素材不同，设计多元，从根本上可以满足当代青年人张扬个性的需求，更具有市场发展潜力。

(2) 高品质设计，引领时代潮流

虽然我们的产品生产原材料是回收的旧衣，不同于传统的旧衣的加工改造的是，“衣改往昔”工作室走的不是劣质低价，我们追求的是高品质、优设计，塑造品牌，在响应当今社会低碳、环保的前提下，秀出闪亮自我。

2. 拓展市场：有服装改造需求的消费者

随着顾客对我们产品的了解，部分顾客开始对我们的产品认可，一些顾客会希望在自己衣物现有的基础上进行改进，而我们正可以提供技术和条件，满足顾客需求，从中收取一定的改装费用，扩大市场占有。

3. 连带市场：低收入人群

对于不能改造的衣物，向特定的消费群体低价出售，减少库存积压，增加资本流通。

(三) 目标消费群

1. 追求时尚个性的具有一定消费能力的特定群体。
2. 其他对衣物有改造需求的人群。

(四) 市场定位分析

走进商品市场，我们可以看到多种品牌风格、多种款式、多种价位、由多种面料支出呈的供不同消费群体购买的服装，服装商品存在着的多种现实情况，是市场规

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/206224024142010230>