

服装企业计划演讲稿(优质6篇)

演讲稿具有观点鲜明，内容具有鼓动性的特点。在社会发展不断提速的今天，需要使用演讲稿的事情愈发增多。我们如何才能写得一篇优质的演讲稿呢？下面小编给大家带来关于学习演讲稿模板范文，希望会对大家的工作与学习有所帮助。

服装企业计划演讲稿篇一

转眼间，我们已是三年级了，还记得刚刚进入一年级是的情景吗？想来我感觉真是历历在目。

那时的你们可以说什么都不懂，对小生活充满了向往，你们走进校园，走进教室对什么都很好奇！还记得开学第一天我让大家站好四路纵队队，男生两行，女生两行，再次战队好多同学又忘了自己的位置，老师让你们记住自己的前面是谁、后面是谁、左边是谁、右边是谁，还给每排编了号让大家记住自己的号，最后站了几次大家终于记住了自己的位置，可是放学时由于坐车的几个同学不在了有的同学又忘记了自己的位置，老师又要给大家重新安排……这就是咱们刚入一年级时的情景，也许好多同学都忘记了，像这样的例子还有很多很多。那一阵子老师由于白天说话太多晚上下班回到家一句话都不想说。

同学们的识字、读书、做题能力更是一天一个台阶。让老师、父母都为你们感到自豪和骄傲！

新的学期我们也要接受新的挑战！首先我们将要面对的更多科目的学习，这学期增加了《英语》《品德与社会》《科学》三门科目，也就意味着今后我们的作业会更多。同时我们的语文也要写日记，作文。虽然我们以前在网上也写日志，书面的作文想要写好就要在写日志的基础上再上一个台阶。当然我们还不能忘了每天读书。不变的教室、不变的老师，我

们的学习任务却悄悄在改变。

亲爱的同学们，新的学期开始了，你准备好了吗？你想以怎样的状态迎接新的学期？在今后的学习和生活中你有什么打算？赶紧打在电脑上发在下面吧！

服装企业计划演讲稿篇二

本月总目标xx万，按照公司的要求分摊到每一击分别为：第一击xx万；第二击xx万；第三击xx万，现在店面共有店员xx人每一击任务已平均分配到每个人身上，确保合理分配，并激励员工按照每天任务向前赶月目标进度。

将店铺每天的工作按照员工特点分配，合理利用人力资源。每人每天至少五名试穿顾客，至少成交两单，提高试穿率及成交率。因x月份是春季新款刚上市的时候，我会组织大家背款号了解货品，积极调整陈列，让顾客感到耳目一新。

作为高端品牌服务是不可或缺、重中之重的，在提高人员服务水平，加强服务意识的同时，注重员工、销售人员的言、谈、举止等综合素质的提高，更好的全心全意为顾客着想，减少投拆。

1、加强商品进、销、存的管理，掌握规律，提高商品库存周转率，不积压商品，不断货，使库房商品管理趋于科学化、合理化。

2、因店铺进商场之初没有进行装修及形象设计，希望公司于后及时作出升级店面形象的计划，我会积极配合公司做好装修期间一切工作。

3、利用节假日做，多做些促进销售的活动，如新品满额赠礼品等吸引顾客眼球的活动。另外因为我们品牌刚进入天津市场，与在天津已成熟品牌竞争缺乏竞争力的主要原因之一就是

是固定的顾客群，建议公司可以做一些鼓励顾客办理会员的优待政策，如入会有赠品等，我们会紧紧抓住有潜力的顾客，发展成为本品牌会员。

4、积极抓住大宗、集团购买的接待工作，做好一人接待，全面协调，让顾客感到热情、贴心的服务。

5、为了保障完成目标所指定的内部管理制度：

1) 店铺员工要做到积极维护卖场陈列，新货到店及时熨烫；

2) 工作时间电话必须静音，且接听私人电话不得超过3分钟；

3) 无论任何班次必须保证门口有门迎，且顾客进店后必须放下手中任何工作接待顾客。

6、为了完成目标业绩需上级领导给予货品与活动方面支持，保证每款不断码及大量赠品支持。

服装公司销售计划书8

第二，在拥有老客户的同时，要不断开发新客户，从各种渠道推广新产品

第四，今年对自己有以下要求

1、每周挖掘一两个潜在客户，以后增加微信推广新产品。

2、每周做一次总结，每个月做一个大结论，看看工作中有哪些错误，及时改正，下次不要重复。

3、在见客户之前，你应该多了解一下客户的状况和需求，然后做好准备，才能和这个客户合作。

4、严格要求自己，脚踏实地，一丝不苟地工作，不断加强业

务学习，多阅读书籍和相关产品知识，在线获取相关信息，与同行交流，向他们学习更好的方法和手段。

5、对所有客户的工作态度应该是一致的，加强产品质量和服务意识，为公司树立更好的形象，让客户相信我们的工作实力，从而更好地完成任务。

6、与公司其他员工必须有良好的沟通，团队意识，多交流，多讨论，才能不断提高业务技能。

7、对于今年的销售任务，我会努力完成每个月的任务量，为公司创造利润。

以上是我今年的工作计划。工作中总会有各种各样的困难。我会向领导请示，和同事商量，共同努力克服。为公司做出自己的贡献。

不知不觉，在公司一年了。并成为公司的部门经理之一。转眼间，又进入了新的一年[]20xx年。新的一年充满了挑战、机遇和压力，对我来说也是非常重要的一年。生活和工作的压力驱使我努力工作，努力学习。在这里，我制定了今年的工作计划，以便在新的一年里取得更大的进步和成绩。

服装企业计划演讲稿篇三

大家好！

我为西华美术学校的全体师生一起庆祝20xx届新生金秋开学和总结表彰优秀个人感到高兴。

金色的秋天总是诱人的，西华美术学校迎来了第二十个收获的季节。十月五日，对于学校，对于教师，对于学生，是个激动的日子。新学期的开始，带着希望，怀着兴奋开始新的学习生活。

人的全面发展是社会进步的必然趋势，而美术教育是促进人的全面发展的重要手段。选择美术是一个成功，选择西华是第二个成功。

西华美术学校是通往艺术殿堂的“黄埔军校”，是美术教育的摇篮，是美术高校理想的生源基地。西华美术学校是宣言书，她向社会宣布，西华会给你自信、知识、力量。西华美术学校是播种机，她播下了希望的种子，从此，你们将走在希望的田野上。我们将坚持科学的教学理念，多样的教学手段，保证教学始终遵循美术教育规律和市场需要的发展方向。一切从学生为出发点和归宿点。一切为了学生，一切为了学生的前途，把西华美术学校办成同类学校一流水平。事实将证明，你们的选择是正确的。

你们要掌握实现梦想的“四部曲”：一、考前培训选择西华美术学校；二、专业考试把握临场技巧；三、文化考试针对缺漏下手；四、志愿填报吃透录取规则。

在新学期里，我们仍然本着“对学生负责”的宗旨，以敬业务实的工作精神开拓进取，立足于讲台，向课堂教学要效率，要质量，奏响大面积提高教育质量的凯歌！用新鲜的活水浇灌求知的心灵，用灵动的智慧音符去弹奏学生的“心灵之乐”，用和煦的道德微风去抚慰学生幼嫩的灵魂。力争在新学期里取得更大的成绩。学生的内心世界就像一张纯洁的白纸，让我们用爱和智慧描写一幅幅多姿多彩的图画，谱写出一曲曲美妙的乐章。让我们用生命之火点燃学生理想的明灯。

新的学期开始了，在我们每个人面前都摊开了一张白纸，那么我们将如何在这张白纸上画出人生的又一幅精彩的画卷呢？同学们选择了勤奋，也就选择了希望和收获；选择纪律也就选择了理智与自由；选择了艰难，也就选择了成熟；选择了拼搏，也就选择了成功和辉煌！那么请用我们的勤奋和汗水，用我们的智慧和热情，抓住这宝贵的今天，师生团结一心，努力在今朝，去创造美好的明天吧！

我们的未来不是梦。

最后深深地祝福西华美术学校的全体师生，在新的学期里工作顺利，学习进步，我们的西华美术学校越办越好。

服装企业计划演讲稿篇四

xxx服装服饰有限公司由深圳资深服装营销策划师靳海舟先生由欧洲marlon(马龙)服装设计公司引入的viven□davis□loren等系列品牌于2008年在全国女装之都的深圳创办了xx服装服饰有限公司。

公司以品牌策划为切入点，首创品牌批发的营销模式，在全国各省级市发展独立二级公司合作伙伴，在全国各县/地级市寻找商业合作伙伴进行交叉持股联合经营，建立长久而稳固的合作关系。

公司将建成以服装、服饰、鞋帽、箱包等多种商品，以县/地级市及发达乡镇为终端的覆盖全国的强大营销网络。所有合作伙伴可以在规模化经营下规避市场风险、低成本进货和强大的管理技术资讯(支援)服务，将创业风险降到最低;同时，终身享受到总公司及二级分公司的直接经济利益。

1、宏观环境分析

中国经济经过近20年的改革开放，主要以沿海区域的特殊政策和地缘优势迅速发展起来，同时也与内地逐渐拉开了较大差距，形成了明显的梯度经济和区域经济格局。中央政府的十一大工作报告中明确规划了重点调整国家总体经济格局，将未来五年发展关注点倾向中、西部地区。一是通过产业转移，以梯度形势将经济发展与增长向内地扩散，二是以政策性、国家财政反哺性发展内地经济，推动国内市场消费，特别是对全民社保体系、教育体制的重新调整改革，新三农政策的实施，都将间接提高内地居民可消费水平，给零售服务

等第三产业带来较大的发展空间。

近一年多以来，虽然经过以美国次贷为导火索的世界经济下滑，以石油、粮食、金属等能源和原材料涨价从而拉动全球物价飞涨。国内虽然经历了南方雪灾；512地震；股市从07下半年的6800点跌至08年8月份的2400点；以及商品出口屡屡受阻；取消或降低部分商品出口退税；房市全国性价格泡沫破灭等各种重大经济事件。但因经济惯性和国家宏观政策的调控，经济gdp依然以7%以上高增长，今年中国经济增长估计仍在9%-10%之间。目前的中国经济形式正处在工业化中期，工农业投资机会较多，市场供给不足仍然严重，服务业在gdp中的比重只有30%左右，发展空间潜力巨大。可以说，中国依然处在高经济增长时期。

经济持续增长需要四个条件：资本、市场、技术、管理。首先，在中国市场经济中目前资本充足，民间资本力量雄厚，正在寻找出路；政府投资保持相当大的比重，外商看好中国市场，对中国的经济发展充满信心。第二，中国产品价格低廉，有国际竞争力，中国的机电产品、纺织产品在发展中国家占比较大。在中国对发达国家的出口中，有不少生活用品的销量近期不会发生变化。十一大的宏观政策中鼓励增加居民非工资性收入。居民增加资产性收入目前主要有两种渠道，一是进行固定资产投资(如06、07年疯狂的房市)，但投资房地产业受到自2007年下半年开始国家宏观政策的导向倾斜及银根紧缩而低靡；二是进行债券投资，这种投资方式需要长时间经济积累，普通工薪阶层往往因为不具备对市场风险的预见性使其投资风险加大；再有，就是包括股票、基金及权证在内的其它投资，自2007下半年开始的股市跌宕风险使投资者如履薄冰。低风险高回报的投资方式一直以来成为众多持币者真正要寻找的创业途径。而这种创业方式最多的是以下三种。直接投资创业；从事第二职业；商业投资。

因此，未来五年中国内地投资机会将进一步增加，机会与风险并存的背后是高额利润。可以预料的是，将会有更多民间

资本在内地寻找投资机会，内地市场竞争将在两年内达到白热化阶段，关键看谁先行一步，找到合适项目抢占先机。

2、服装行业的发展趋势分析

服装行业在中国自古以来就是一大行业，发展至今，随着政策开放与经济发展，中国现已成为全世界服装加工基地与品牌发展的战略阵地。中国是服装消费大国，也是出口大国，我国的服装出口额占到整个纺织产品出口总额的2/3左右，世界很多知名服装品牌60%的生产和销售与中国有关，而中国内地市场每年的消费额在1000亿左右，且有不断增长需求，市场潜力巨大。这就为我们开展品牌经营提供了广阔空间。

服装行业是一个生活消费品行业，同时也是高利润行业。因利益驱动与市场需要，在整个业态的设计、加工、市场推广、直营、加盟等不同环节，已经发展成相对完善且专业的群体。近十年来，拥有庞大生产和消费规模的中国服饰市场，企业的经营模式和管理水平有了很大提升，更加重视品牌的经营。服装“品牌经营”在服装市场竞争中具有独特的竞争优势，在具体的经营模式上，通过对采购、生产、销售等各个环节的组合，形成多种不同形式的品牌经营模式，但无论以何种方式进行品牌经营，都必须将品牌开发、维护与管理放在重要位置，以品牌优势为切入点，将品牌经营真正做好。

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。中国人口十四亿，庞大的人口基数本身就组成了一个庞大的服装消费市场。同时随着中国国民收入的不断飞升，自2004年人均gdp超过了1000美元后，中国市场将进入精品消费时代，服装消费将不再仅仅为了满足其最基本的生存需求，将向更高的心理需求、自我满足需求跃进，特别是几千万人口跨入中产阶级后，其对反映自身社会地位和品味服饰的迫切需求，终将成就一批该阶层的服装品牌。

当今消费者对流行的判断更趋于理性化，对于各种流行潮流，现在的人们不再象以往那样盲从和追捧，相比较而言，消费者的服装消费正在呈现出个性化，更多人开始注重能够体现自我魅力和风格的服装。尤其在年轻的新生代中，他们更善于接受新事物，他们个性张扬，也乐于大胆尝试。从另一个角度来看，这也是人们审美观进步的一种体现。

3、市场容量

拥有14多亿人口的中国在过去十年里经济增长速度惊人。据国家统计局2008年7月发布的统计数字表明，上半年城镇居民人均可支配收入8065元，上半年城镇居民人均消费性支出5490元。据2007国家统计局发布的数据表明，2006年全国城镇居民中中等收入家庭用于服装购买的支出约占家庭总支出的20%左右，全国平均每人用于衣着消费支出达到901.78元。其中北京、山西、内蒙、上海、浙江、山东、重庆等地达到1038-1442元，综合以上数据，国内服装销售市场十分庞大。

休闲装方面，由于现代人生活节奏加快和工作压力增大，促使人们在业余时间追求一种放松、悠闲的心境。在服饰观念上，更是越来越漠视习俗而成为潮流的追逐者去寻求一种舒适、自然的新型外包装。因此，休闲服装以不可阻挡之势侵入了正规服装的世袭领地，行业规模不断扩大，服装涵盖也越来越丰富。休闲服装成为热点商品和主流趋势，休闲服装市场空间和发展潜力巨大。

近年来国内休闲服装的生产规模 and 市场需求快速成长，2001年以来全国大型商场的夹克和t恤销售一直保持20%以上的增长，2004年两项产品分别增长23.6%和22.7%，远远高出服装类15.9%的销售增长。统计资料显示国内的休闲服消费仅占服装消费的18%，而全球的休闲服消费比例在2000年已达到36%，两者的差距预示着国内休闲服市场还有一倍以上的增长空间。

综合考虑整个服装行业和相关行业的运行趋势以及经济、社

会等多方面因素，我们分析认为：在今后的三四年内，中国的休闲服装市场将持续保持高速增长，年增幅将保持在10%上下，2008年休闲服装市场规模将超过2000亿人民币，达到2200亿左右，届时休闲服装在整个服装市场中的份额也将有所上升，达到25%-30%。

4、机遇

(1)、国内服装行业虽然以地域划分产品的不同特色和侧重点，如深圳、杭州的女装；温州、惠州的男装；泉州的茄克等，在服装行业日趋成熟的今天品牌定位相近者其生产工艺、产品品质、款式等已基本雷同。以产品特色进行目标市场定位或单一的以品质、价格取胜的营销渠道已属常规常态，优势早已不再。因此，我们认为：以模式创新，顾问式营销服务将具有独特的竞争优势。

(2)、国内服装市场正在遭遇出口受挫，人民币升值等压力，大型服装企业因规模化的运作体系，经营成本一时难于下降，知名品牌因企业需要维护品牌及区域代理商利润，均有多方制肘，将会导致大量库存尾货的产生，为我们低成本、系列化组合自有品牌产品提供了丰富的资源。而无名无牌服装也正被国内消费者品牌意识的觉醒而抛弃，消费者的消费观念日益成熟，商家的竞争最终是品牌和经营模式的竞争，新式的品牌经营模式的时机逐渐成熟。面临着服装行业的洗牌前夜，重新调整产业格局和经营模式将给新的入行者带来新的机遇。如国内近年迅速崛起的服装零售整合商itac正是成功抓住行业机遇，成功组合了集名牌折扣、国美式集中连锁特卖场、山姆会员店式等多种营销模式而高速发展，而如ppg凡客等网络服装销售企业也成功借用网络将传统的服装销售渠道搬上了互联网而取得快速发展和巨大成功。

(3)、在国内品牌混战，三线城市消费者处于品牌消费觉醒初期，我们认为：以省级城市批发中心设置形象店和完善的售前、中、后营销策划，通过各地、县、发达镇级加盟专卖店

的唯一性、独特的装修风格以及体验式销售服务，并配合地方广告、活动策划等形式快速渗透区域性服装市场，逐地击破的战略营销铺开全国市场终端，建立完善的市场营销网络。

(4)、国内镇、县、地级城市中20-30万元富余资金者有之，并有创业或开辟家庭第二收入渠道的愿望，这些持币创业者有一定管理经验和当地良好的人脉关系，是我们在当地发展事业合作伙伴的最佳选择。如现在非常成功的快迪、百里臣等社区小型超市，化妆品业的雅芳、欧莱雅等，在统一管理与统一经营模式下，都快速地复制扩张并取得成功，为我们提供了可资借鉴的成功案例和探索。

(5)、对有代表性的高档、中高档大型服装商业中心统计显示，近两年的服装销售单价一直呈上升趋势。城市消费都在向高层次消费模式挺进，以产品现货交易为核心的批发市场已现颓势。目前各级服装市场均呈现品牌更迭加速、新品牌层出不穷、营销模式分化、注重渠道建设法、加强终端管理等态势。新一轮“洗牌”已开始，服装市场已经进入新的品牌循环期。

1、欧尚创立背景

欧尚公司创办人凭藉在服装界多年品牌营销经验，在国内内地中小城市品牌意思觉醒的时机，抓住行业重新洗牌调整，中小型资本寻求投资点的机遇，以“品牌批发”“联合创业”的经营模式，以国内休闲概念的成熟为切入点，创办了欧尚服装服饰有限公司。

2、公司优势

先进的管理理念，独特的联合经营、交叉持股的营销模式，丰富的行业资源整合能力，创办管理人员近十年服装界、企业界的营销及规划管理经验，以及覆盖全国的人才网络等。

1. 公司发展战略：

以品牌创立为切入点，以品牌批发、顾问式销售、联合创业经营模式的创新为优势，整合品牌管理公司、生产厂家、原材料供应、服装协会、服装设计公司、全国各地品牌加盟、联营、专卖店等多方资源，立足全国四大服装之都深圳，在各省会城市设立二级公司—在大型服装批发市场设立品牌展示形象店，同时作为货物批发服务中心，主要以地级市、县级市、发达乡镇为市场终端进行覆盖。市场定位在二、三级城市中的一级服装市场。

2. 目标营销战略

1)、三年目标规划，二三级市场覆盖率达到30%(120家)，累计总销售额 8500 万元。

家品牌形象店。

3)、建立科学管理体系及销售系统营运平台；

4)、建立分工明确协同作战的营销团队。

1、公司定位

公司将是一家专门经营国内外知名品牌的专业运营公司。经营品类包括服装、服饰、鞋、箱包、化妆品、家居用品等。

2、市场定位

采用贸易、零售、批发等多种营销模式，最终形成多品牌，多品类，多渠道的营销网络。

公司产品将以公司直接或通过二级分公司及加盟店在国内商业街设立独立专卖店销售。

根据产品类别不同区分市场，所经营的产品均注重品质，强调品味。

3. 品牌定位：

4. 目标顾客定位

1. 自主品牌经营。

品牌的全部运作，形成多种品牌、多种项目的规模效益。

2. 品牌经销商经营

依托国内外知名品牌，以联营、托管等合作方式负责市场运作。

3. 品牌代理商经营

以引进国外知名品牌为基础，全面负责产品的设计、采购、加工、市场营销等，向品牌公司支付一定比例的品牌代理费，初期的设计和生产通过外包方式与承包公司合作，取得品牌在中国的经营权。

4). 国外品牌联合经营

与国外服装设计室(或品牌公司)合作，成立利益共同体，由国外设计室负责服装风格与产品设计，公司则以网络资源及销售开拓管理成为对品牌共有的基础。

1、自营中心

以省级形象展示店作为品牌推广点，再以地县级终端加盟店及零售店和其它品牌专卖店等形式逐级逐地进行渗透式扩张市场覆盖率。以此模式在国内省会城市寻找二级分公司合伙人，采取网点渗透市场扩张战略。

2. 二级分公司

3. 特许加盟

有效运用加盟商的资金投入，辅助以良好的品牌资源，通过强化终端管理拓展品牌的目标市场。即有利于企业资金周转，也能使加盟商快速收回资金投资和稳定的市场利润。这是品牌战略中快速掠夺目标市场的捷径之一，在很短时间内就能完成品牌营销网点的建设。

1. 一级城市开设自营专卖店为主，二级城市以代理、加盟店为主。

2. 市场以华南、华东、华中、中西部、沿海城市等为市场切入点。

一. 重点营销区域：

1. 一级市场所属省份或城市：上海、江苏、浙江、福州、北京、广州、武汉、重庆、成都、大连、深圳等。

2. 二级市场所属省份或城市：天津、河南、长沙、南京、山东、广西、江西、安徽、云南、四川等。

3. 三级市场所属省份或城市：陕西、甘肃、宁夏、河北、贵州、内蒙等。

二. 拓展目标：

1. 公司自营店拓展以北京、昆明、浙江、上海、江苏、重庆、成都、大连、深圳为主。

2. 山东、河南、湖北、西北、江苏、贵阳以二级分销代理模式推进。

- 1、 一年内初步完成品牌建设，在全国重点区域开设不低于5-8家终端形象店，或成功与1-2个国内外知名服装品牌合作。
- 2、 第二年进入战略性扩张营销，在国内二三级城市完成1/10(不低于40家)的网点渗透与建立。
- 3、 三年内使自主品牌或合作品牌在国内二三级市场颇具知名度。市场覆盖率不低30%，年销售额突破6000万元。
- 4、 销售额与国内外服装设计室(或品牌公司)共享，成立利益共同体。由国内外设计室负责服装风格与产品设计，项目公司负责国内销售网络的建立与管理。
- 5、 多种品牌经营同时展开，网络扩张到国内各省、市、县有影响的商业中心、步行街、百货广场等。

服装企业计划演讲稿篇五

大家好！

我为西华美术学校的全体师生一起庆祝20xx届新生金秋开学和总结表彰优秀个人感到高兴。

金色的秋天总是诱人的’，西华美术学校迎来了第二十个收获的季节。十月五日，对于学校，对于教师，对于学生，是个激动的日子。新学期的开始，带着希望，怀着兴奋开始新的学习生活。

人的全面发展是社会进步的必然趋势，而美术教育是促进人的全面发展的重要手段。选择美术是一个成功，选择西华是第二个成功。

西华美术学校是通往艺术殿堂的“黄埔军校”，是美术教育

的摇篮，是美术高校理想的生源基地。西华美术学校是宣言书，她向社会宣布，西华会给你自信、知识、力量。西华美术学校是播种机，她播下了希望的种子，从此，你们将走在希望的田野上。我们将坚持科学的教学理念，多样的教学手段，保证教学始终遵循美术教育规律和市场需要的发展方向。一切从学生为出发点和归宿点。一切为了学生，一切为了学生的前途，把西华美术学校办成同类学校一流水平。事实将证明，你们的选择是正确的。

你们要掌握实现梦想的“四部曲”：一、考前培训选择西华美术学校；二、专业考试把握临场技巧；三、文化考试针对缺漏下手；四、志愿填报吃透录取规则。

在新学期里，我们仍然本着“对学生负责”的宗旨，以敬业务实的工作精神开拓进取，立足于讲台，向课堂教学要效率，要质量，奏响大面积提高教育质量的凯歌！用新鲜的活水浇灌求知的心灵，用灵动的智慧音符去弹奏学生的“心灵之乐”，用和煦的道德微风去抚慰学生幼嫩的灵魂。力争在新学期里取得更大的成绩。学生的内心世界就像一张纯洁的白纸，让我们用爱和智慧描写一幅幅多姿多彩的图画，谱写出一曲曲美妙的乐章。让我们用生命之火点燃学生理想的明灯。

新的学期开始了，在我们每个人面前都摊开了一张白纸，那么我们将如何在这张白纸上画出人生的又一幅精彩的画卷呢？同学们选择了勤奋，也就选择了希望和收获；选择纪律也就选择了理智与自由；选择了艰难，也就选择了成熟；选择了拼搏，也就选择了成功和辉煌！那么请用我们的勤奋和汗水，用我们的智慧和热情，抓住这宝贵的今天，师生团结一心，努力在今朝，去创造美好的明天吧！

我们的未来不是梦。

最后深深地祝福西华美术学校的全体师生，在新的学期里工作顺利，学习进步，我们的西华美术学校越办越好。

服装企业计划演讲稿篇六

愉快的寒假就要开始了。在寒假中，我们在玩的同时也别忘了给自己设定一个寒假计划哦，免得快开学了再临时抱佛脚。我已经设计好了自己的计划，拿出来和大家分享。

1. 因为我前段时间右手小指骨折，石膏刚刚拆掉不久，写字还不是太习惯，字写得歪歪扭扭。所以，我在假期里要好好练字，让自己的字写得更好。
2. 我是一个十足的书虫，家中的藏书颇多。为了让自己更加了解藏书，我和妈妈决定在寒假中把藏书都敲上我的藏书章。(这可不是个简单活!!)
3. 预习是学习中必不可少的工作。因此，我买来了下学期的课本，准备好好预习，让自己下学期的学习更扎实!

这就是我的寒假计划，你的呢？