

# 童装工作总结与计划 童装代理合同(优质9篇)

在现实生活中，我们常常会面临各种变化和不确定性。计划可以帮助我们应对这些变化和不确定性，使我们能够更好地适应环境和情况的变化。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

## 童装工作总结与计划 童装代理合同篇一

甲方：\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_

双方依据《中华人民共和国合同法》等有关法规，本着平等自愿，互惠互利的原则，充分友好的协商如下协议，以示双方信守。

### 一、代理地区经营权限：

1) 甲方同意将\_\_\_\_\_品牌女装在\_\_\_\_\_经销权授予乙方。

2) 乙方不得擅自转让，乙方未经甲方授权同意不得跨越权限范围以外的地方销售\_\_\_\_\_品牌女装，甲方也不能在同地区授权他人经销同品牌产品。

3) 甲方对乙方订最低销售数\_\_\_\_\_元/每月，并于三个月对乙方考核一次，对完不成指标的代理商，公司有权取消其代理权。

## 二、保证金(代理金):

1) 甲乙双方于签约后, 乙方必须七天内将保证金及货品预付款汇到甲方指定银行帐号, 此合同方始生效, 如七天内乙方款未到甲方指定的帐上, 即作为乙方自动放弃, 同时甲方有权取消本合同。代理经营应付保证金人民币\_\_\_\_\_元, 货品预付款人民币\_\_\_\_\_元。

2) 甲乙双方于本合同到期时, 乙方不再续签: 依据本合同之第八款规定办理, 在乙方无任何违约责任前提下, 将无息退还乙方保证金, 时间为30天。余款处理: 以当季等值货品相抵之办法办理。

## 三、甲方责任:

1) 负责设计, 提供装修图纸(设计费用以每平方米\_\_\_\_\_元计算)。

2) 甲方有义务协助乙方为其营业人员安排培训指导, 相关费用由乙方承担。

3) 甲方以成本价提供乙方模特儿, 衣架, 包装袋, 灯箱片, 海报或其他道具用品等。

## 四、乙方责任:

1) 装修: 根据甲方提供设计方案及陈列规划, 定制道具, 对店铺或柜位进行全方位的装潢, 并达到我方的要求(拍成相片快递至甲方公司), 费用乙方负责。

2) 通讯: 乙方必须提供给甲方详细的通讯地址, 本人身份证复印件, 电话, 传真, 联系人, 并提供专卖店与专柜的具体详细地址与联络电话。

3) 有效证明：乙方必须提供甲方有效的营业执照，税务登记证证明复印件。乙方经营地必须悬挂标示\_\_\_\_\_品牌于明显位置。乙方店铺内不得销售其他品牌服饰。

4) 每星期一乙方应将上个星期的销售情况报表传真至甲方，以便甲方了解市场信息销售动态。

5) 乙方销售须依照甲方商品之牌价为基准，不得更换或涂改甲方商品之标示牌标签。

6) 乙方不得更改甲方商品之设计或仿制，如有违反，甲方有权追究乙方法律责任，并且甲方有权扣除乙方保证金及定金。

7) 乙方不得泄露甲方之营业，管理等商业机密资料予第三者，如有违反，甲方有权追究乙方法律责任。

8) 由于乙方未能按期付款所造成货品延期的，甲方即视为乙方认可该批货品发货有效期将延期至乙方款到之日，且不得退货(该批货取消换货率)。

## 五、结算方式：

1) 乙方要求出货与追加，必须款到发货，由甲方协助代为发货。甲方有权不接受电话等其他形式的口头追加或不符合要求的追加单，追加有效期为：公司接到追加单之日起，二十天内有效，如需延长在截止日中指明。

2) 乙方供货折扣为相关商品零售价的\_\_\_\_\_%(以上价格为不含税价格)。

3) 乙方配货换货率为\_\_\_\_\_%，追加商品换货率\_\_\_\_\_%。

4) 甲乙双方终止协议后乙方不得将存货退回，且甲方不负责

所有之经营管理的投入费用。

## 六、供货方式(订单加配货制)：

1) 订单制：甲方在每年开立二次展示会，供乙方下单订货或配货，甲方根据乙方订单数量及付款情况供货。

2) 配货制：甲方按乙方需求配给乙方当季所未订新款，配法基数为：\_\_\_\_\_。

3) 增补新款：在经营活动中乙方同意甲方根据流行趋势的变化和市场需求不定期增加新款，由甲方统一配货，配货基数为\_\_\_\_\_。(同上第二条)

4) 乙方不得未经甲方同意而擅自取消所订货品或配货，否则扣除保证定金及定金。

## 七、退换货方式：

1) 质量问题：乙方收货后，如发现质量问题，以传真格式三天内通知公司业务部，如当时不通知则视为正品，如有损坏公司概不负责。并在10天内返回(日期以收发货品的包裹票为准)，甲方应予无条件换货。

2) 串号问题：乙方收货后在三天内提出异议，逾期甲方有权不受理。

3) 退换：乙方可以在合同约定的退换率内调货(在非质量原因前提下，每季同款，同色，同码累计不得超过5件)。期限一个月(日期以收发货品的包裹票为准)返回的货品必须完好无损(含吊牌)无污渍，不影响货品的再销售否则甲方有权不受理。

## 八、违约条款：

1) 甲乙双方必须严格遵守合同中的每一条款，如任何一方违

约，则违约方必须赔付另一方保证金的全额作为违约款。

2)除合同中有关合同终止条款外，任何一方若无正当理由而任意终止合同时，则违约方得向另一方支付保证金款的全额违约金。

## 九、合同终止：

乙方如有下述条件之一者，甲方有权解除本合同：

- 1)乙方于经营期中，有损甲方名誉，信用与经济等行为者。
- 2)乙方未经甲方同意，擅自跨区域经营。
- 3)乙方因经营不善，导致歇业，停业，合并与转让等行为者。
- 4)合同期届满或甲乙任何一方提出希望中止本合同，必须提前一个月以书面形式通知另一方。
- 5)如乙方在签约后一个月之内，在代理地区未能发展行为者，甲方有权终止合同。

## 十、代理优先权：

1)本合同如有未尽之处，由甲乙双方协商解决。

2)本合同如涉及诉讼，双方同意以甲方所在地人民法院作为第一管辖法院审理。 十二、本合同自签字之日起生效，从\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日，有效期为\_\_\_\_\_年，期满自动失效。

合同期满前30天内双方可协商续约事宜，并续签代理合同。乙方若要终止代理关系，需提前30天书面向甲方提出。

十三、本合同一式贰份，甲乙双方各执壹份，经双方签字，公司盖章后，乙方保证金和货品预付款到达甲方帐号上方始生效。

甲方(盖章)：\_\_\_\_\_乙方(盖章)：\_\_\_\_\_

签订地点：\_\_\_\_\_签订地点：\_\_\_\_\_

甲方： 乙方：

地址： 地址：

电话： 电话：

传真： 传真：

甲方：\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_

## 一、合作原则

甲乙双方经过友好协商，愿意在互惠互利、风险共担的原则下，共同发展\_\_\_\_\_品牌时装销售。乙方在承认和尊重甲方的专利行使权、商誉、业务水平和经营管理的原则下，达成以下协议，共同遵照执行。

## 二、授权销售商品与区域

甲方同意乙方在\_\_\_\_\_进行\_\_\_\_\_品牌时装之代理销售；在协议期内，乙方享有该市由甲方所授予的代理/销售\_\_\_\_\_品牌时装的权利和义务，并使用\_\_\_\_\_形式装修店铺。乙方所开的专卖店及专卖柜地点需征得甲方同意，专卖店面积不可小于\_\_\_\_\_平方米/店，专卖柜面积不可小于\_\_\_\_\_平方米。

### 三、义务

1. 甲方向乙方提供相关有效证件(复印件), 包括营业执照, 商标注册证书。
2. 乙方则需向甲方提供有效的营业执照(复印件), 乙方在专卖店(柜)内必须销售甲方提供之商标货品, 不可销售、储存或以任何形式宣传非由甲方提供之货品。
3. 乙方为\_\_\_\_\_时装之经营者, 自负盈亏, 一切有关租赁、税务问题由乙方自行处理, 甲方不负任何责任。

1. 在协议期乙方购买甲方货品的价格为参考零售牌价折。(其它特价商品另议)
2. 每笔交易独立结算, 款到出货。

### 五、付款方式

1. 甲方于每季商品发表会时, 乙方可现场预定货, 预定货品需预付货额定金。
2. 开季后, 追加货品时, 一律现款现货。
3. 甲方应将预定金的货品、货源确定, 按时、按量、按质送交乙方。
4. 若甲方在全国范围内打折, 提前二周通知乙方, 相应让扣1%-5%。
5. 该地区由甲乙双方协商设定最低进货额为\_\_\_\_\_, 月平均进货额为\_\_\_\_\_。若当月进货额超出最低平均进货额, 则多余部分可转入下月计算;若当月进货额不足月最低平均进货额, 则不足部分需保留于甲方。达到目标进货额甲方将返扣1%-2%作为奖励, 在以后货款中抵扣。

## 六、装修形式

乙方开设专卖店的装修格调需按甲方的同意要求完成；

甲方将提供装修格式、图纸和材料的资料，装修费用由乙方承担。

## 七、广告宣传

甲方提供宣传推广指导性策略、相应的宣传资料及宣传品；

乙方在协议期间的广告宣传，必须符合\_\_\_\_\_品牌产品形象。任何损害、破坏行业将导致追究及赔偿，甲方有权终止本协议。

乙方指定货物的交运方式，甲方负责代理交运手续，乙方在提货后，一切有关保险、运费由乙方自行承担。

## 九、店面管理

甲方向乙方提供店面管理的整套资料文件，对乙方所开店面不符合甲方要求之处，甲方有权提出改进意见。

## 十、人员培训

乙方所聘用的人员于上岗前应进行岗前培训，如因条件所限不能培训，甲方可替乙方代为培训。

## 十一、信息反馈

乙方每周一传真上周销售明细、销售状况分析。每月25日将实际库存情况以传真的形式报给甲方。甲方应及时发货及补货，帮助乙方分析市场情况。

## 十二、商标、知识产权



1. 甲方允许乙方在协议期间在营业范围内使用甲方商标和文字。
2. 乙方未经甲方书面同意，不得将商标的标识和文字用于经营范围外。
3. 乙方不得直接或间接参与或牵涉任何与甲方商标相似近似之货品的制造、运送和销售行为。
4. 乙方如发现任何仿冒甲方商标之货品，需及时通知甲方，并全力协助甲方之取缔行为。

### 十三、退换货

的退货率，逾时概不受理。

2. 乙方二次追加的商品，甲方概不受理退换货。

### 十四、其他

此协议一式\_\_\_\_\_份，甲乙双方各执\_\_\_\_\_份，具同等法律效力，其他未尽事宜，甲乙双方协商解决。

甲方(盖章)：\_\_\_\_\_乙方(盖章)：\_\_\_\_\_

代表人(签字)：\_\_\_\_\_代表人(签字)：\_\_\_\_\_

共2页，当前第2页12

## 童装工作总结与计划 童装代理合同篇二

一、在20\_\_年的工作中努力拓展自己知识面。

我认为做导购就好象在读免费的mba课程，它让我学到了许多无法在大学校园里学到的知识与技能。现在的顾客越来越

理智，越来越精明，所以我们要更好的销售产品，更好的说服客户，必须学习更多，更专业的产品知识，所以久而久之，就成了某个领域的专家，之前我连化妆品方面一些基本的问题都回答不出来，更不要说成为什么专家了。我认为问题出现在两个方面：一方面公司培训不到位；另一方面自我学习成长的意识太差。我想如果这样继续干下去，十年以后我依然还是一名平凡的小人物，成功永远与我无缘。在20\_\_年我参加了好几次公司组织的专业培训，在平时闲暇时也自己去网上查找各种化妆品及美容方面的知识来充实自己，现在我已经可以自信的说自己是美容保养、皮肤护理的专家了。

作为一名导购除了学习专业的商品知识外，还要学习一系列与商品相关的外围知识，这样才能让我表现得更自信，更有专家水准，成交率更高。于是，我利用业余时间，大量参与公司其它部门的工作，向同事学习。就这样一个不经意的行为让我的业务越做越顺，让我成为公司销售业绩的导购之一。做得比别人多一点，学得比别人多一点，于是经验就会比别人多一点，这样我的成长速度也就会比别人快一点，收入就会比别人多一点。学习是为自己、为财富、为成功、为快乐、所以作为一名优秀的导购不但是某些产品的专家，他的知识也应是全方位的。

## 二、在工作中培养自己的心理素质。

在工作中每天都与行行色色的人打交道，他们来自不同的行业、不同的层次，他们有不同的需求、不同的心态，如果我们想把每一位顾客服务好，无论买不买东西，都能让顾客满意而归，那就需要当我们面对失败、面对别人说“no”时表现一流的心理素质。所以我要感谢工作，让我在工作中学会了察颜观色、眼观六路、耳听八方的本领，让我的心理素质在工作中得到了良好的锻炼。

## 三、用心锻炼自己的销售基本功。

人生何处不营销，我觉得任何工作都与销售有关，就连美国竞选总统，总统们都要四处演讲，销售自己。优秀的导购不但要拥有良好销售及服务的心理素质，更是一位优秀的销售心理学家，在日常工作中我学会了通过顾客每一个细小动作，每个细微的面部表情，分析出顾客的心理变化及需求。

#### 四、口才方面有了大幅提升。

要做一个优秀的导购就必须要有拥有一流的口才，通过语言才能表达出自己的思想，在日常的工作中，我每天都要与不同的顾客沟通、交流、介绍产品、久而久之，口才及沟通技巧都有了大幅的提升。

#### 五、培养人脉，增加顾客回头率。

在销售过程中我们每天都在与人打交道，所以是学习如何与人沟通、如何建立信赖、如何赢得他人认同的机会。而我，充分把握住了这个机会，通过优质的服务把一个陌生的顾客变成一个知心的朋友，让各种各样的顾客都能喜欢我，为未来的成功做好的充分的准备。而之前我从来都没有意识到这些，工作只是为了工作，从没有想到我还能未来做些什么准备。

当然，我在工作中还存在许多不足和困难，因此在这些收获面前我不会骄傲，我将不断提高业务素质，加强业务训练和学习，不断改进工作中的不足，以更加热情，优质的工作服务于公司，服务好顾客。我们一天的大部分时间都是在工作岗位上度过的，只有使工作真正的快乐起来，我们的生活才能真正的快乐。很庆幸我找到了一份能使我快乐和充实的工作，我非常热爱自己的工作。新的一年里，我会以更加饱满的热情投入到工作当中，为公司贡献出我的光和热！

## 童装工作总结与计划 童装代理合同篇三

3. 向阳童装，天使风采，儿童用品，向阳独佳! xx牌童装
4. 星座宝贝，激情绽放，为您的宝贝提供. 折的夏装，错过了，您只有等待秋装上市了!
5. 艳丽毛衣，送给靓丽的女孩!xx牌童装
6. 一件心爱的志兴童装一个甜美童年回忆的开始!xx牌儿童套装
7. 一件艳丽的童装，一个自信的童年。
8. 让宝宝一出世，就能享受到“向阳”温暖! 向阳牌童装广告
9. 向阳童装，天使风采，儿童用品，向阳独佳! 向阳牌童装广告
10. 艳丽毛衣，送给靓丽的女孩! 童的梦牌童装广告
11. 欢笑伴童年! 童的梦牌童装 广告
13. 梦蕾娜儿童服装，新一代儿童的追求。 梦蕾娜牌童装广告
14. 妈咪的爱! 志兴牌儿童套装 广告
15. 过一个属于我们自己的节日! 志兴牌儿童套装广告
16. 人生之路，童装起步。 志兴牌儿童套装 广告
18. 让小宝贝在“凯尼”中幸福成长吧。 凯尼童装 广告

19. 穿起梦幻, 放飞童心。——叮当猫

20. 穿叮当猫, 妈妈叮咛在耳边……——叮当猫

## 童装工作总结与计划 童装代理合同篇四

向阳童装, 天使风采, 儿童用品, 向阳独佳! 向阳牌童装

艳丽毛衣, 送给靓丽的女孩! 童的梦牌童装

欢笑伴童年! 童的梦牌童装

梦蕾娜儿童服装, 新一代儿童的追求. 梦蕾娜牌童装

妈咪的爱! 志兴牌儿童套装

一件心爱的志兴童服. 一个甜美童年回忆的开始! 志兴牌儿童套装

舒儿纸尿裤——宝宝穿的开心, 妈妈选满意. 舒儿纸尿裤

让小宝贝在“凯尼“中幸福成长吧. 凯尼童装

## 童装工作总结与计划 童装代理合同篇五

1、熟悉服装订单整个操作流程, 能够跟进样、大货衣及订单生产的全流程。

2、根据订单的状况, 协调工厂和供货商, 确保大货质量和交货期。

3、对服装面料、工艺有一定的. 了解和认识。

4、具有应变及处理突发事件的能力, 协调好各生产厂家和供

货商, 确保大货质量和交货期。

任职要求:

- 1、有三年以上童装跟单经验
- 2、了解童装制品和工艺流程;
- 3、熟悉当今童装质量标准和管控重点;
- 4、有良好的表达能力和沟通能力;
- 5、会基本电脑操作。

## 童装工作总结与计划 童装代理合同篇六

这是一位江门的女士, 之前来壹号童仓 ( ) 考察觉得我们进货1-3折比较贵, 就跑去加盟了一个1折进货的某童装品牌。在谈话中, 她说跟某骗子公司签合同的时候说是一折进货, 就交了2万块钱然后就回家了。等收到货发现根本不是自己在公司选的货, 而且也不是一折进货, 电话里她一直懊恼自己30多岁的人了还会被骗! 回到家, 我想了很久。为什么现在社会上这么多骗子公司? 为什么有那么多人会上当受骗!

可以堂而皇之的注册公司, 设立办事处打开大门做生意!

客户一旦签了合同公司后期就会变脸, 每当这个时候无助的客户就会找110, 因为合同纠纷属于经济案件110也只能建议去法院起诉: 去法院起诉吧诉讼费、律师费又十分的高昂, 客户承担不起, 最后只能不了了之! 所以, 现在的骗子依然活得很好, 可以逍遥法外!

都是一些很幼稚的手段, 但是依然挡不住一些想占小便宜的客户。结果小便宜没贪着, 最后还吃了大亏!

这么多客户受骗，其实都是投资不理智的表现。大家想想1折进货可能吗？现在是冬装销售季节，一件棉衣零售价100块钱，1折进货就是10块钱。10块钱的成本可以做一件棉袄吗？还有的公司交1.98万2万的货还送1万的开业物资，公司跟你首次合作就亏了一万块钱，这样的公司不应该叫公司了，应该叫济善堂！！！！

那么如果辨别一家公司是否是骗子公司呢？

不要嫌麻烦，怕麻烦就是对自己的人民币不负责！

一个开了几年的公司，连身边的客户都吸引不到，那这家公司就不值得去投资！

## **童装工作总结与计划 童装代理合同篇七**

对于一个经济效益好的童装零售店来说，一是要有一个专业的管理者；二是要有良好的专业知识做后盾；三是要有一套良好的管理制度。用心去观察，用心去与顾客交流，你就可以做好。

具体归纳为以下几点：

- 1、认真贯彻公司的经营方针，同时将公司的经营策略正确并及时的传达给每个员工，起好承上启下的桥梁作用。
- 2、做好员工的思想工作，团结好店内员工，充分调动和发挥员工的积极性，了解每一位员工的优点所在，并发挥其特长，做到量才适用。增强本店的凝聚力，使之成为一个团结的集体。
- 3做到知己知彼，心中有数，有的放矢，使我们的工作更具针对性，从而避免因此而带来的不必要的损失。

4、以身作则，做员工的表率。不断的向员工灌输企业文化，教育员工有全局意识，做事情要从公司整体利益出发。

5、靠周到而细致的服务去吸引顾客。发挥所有员工的主动性和创作性，使员工从被动的“让我干”到积极的“我要干”。为了给顾客创造一个良好的购物环境，为公司创作更多的销售业绩，带领员工在以下几方面做好本职工作。

首先，做好每天的清洁工作，为顾客营造一个舒心的购物环境；

其次，积极主动的为顾客服务，尽可能的满足消费者需求；要不断强化服务意识，并以发自内心的微笑和礼貌的文明用语，使顾客满意的离开本店。

6、处理好部门间的合作、上下级之间的工作协作，少一些牢骚，多一些热情，客观的去看待工作中的问题，并以积极的态度去解决。

现在，门店的管理正在逐步走向数据化、科学化，管理手段的提升，对店长提出了新的工作要求，熟练的业务将帮助我们实现各项营运指标。新的一年开始了，成绩只能代表过去。我将以更精湛熟练的业务治理好我们华东店。

1、加强日常管理，特别是抓好基础工作的管理；

2、对内加大员工的培训力度，全面提高员工的整体素质；

3、树立对公司高度忠诚，爱岗敬业，顾全大局，一切为公司着想，为公司全面提升经济效益增砖添瓦。

4、加强和各部门、各兄弟公司的团结协作，创造最良好、无间的工作环境，去掉不和谐的音符，发挥员工最大的工作热情，逐步成为一个最优秀的团队。



# 童装工作总结与计划 童装代理合同篇八

一. 童装市场现状分析

二. 童装市场未来的发展趋势

三. 当地市场调研

四. 当地童装市场调研分析报告

五. 童装店店名及释义

六. 店面选址及装修风格

七. 经营方式

八. 融资说明

九. 财务预测

十. 风险控制

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。

## 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，进一步提高顾客价值，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。

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：

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？

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，最后购买的选择权是谁？

十. 你在选购衣服时，您会喜欢怎样的价格标注方式？

十一. 您的月收入是多少？

非常感谢您的参与与支持，请留下您的联系方式。

您的姓名：

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

据业内人士分析，全球15岁以下的儿童有18亿人，占世界人口的30%。从数量上看，儿童服装将具有绝对的市场潜力。以中国市场为例，该地区对童装的需求量每年以10%至13%的速度增加，服装业主要开拓儿童消费群体。中国不仅是世界第一人口大国，消费者可支配收入也持续上升这一切都预示着中国童装市场的潜力巨大。

同时，尽管有些国家儿童人口并没有显著增多，但由于本国时尚潮流以及消费者可支配收入持续上升，童装市场潜力同样不可小视。以英国为例，英国人口近年来呈下降趋势，但20xx年其童装市场销售额仍增长了26%，达到47.9亿英镑(约合92.3亿美元)。根据对大众消费者的有关调查显示，最具购买力的是年龄在18-34岁的人，而这一年龄段的人群许多都已为人父母，父母更倾向于加大孩子服装方面的开支，他们越来越紧跟潮流，关心流行趋势，不再将童装仅仅认为是生活必需品，而是将其作为提高生活质量的一部分。韩国纤维服装产业联合会对韩国2500个家庭进行的调查显示，今年上半年，韩国家庭购买儿童及青少年服装的金额达到7908亿韩元(约合7.1亿美元)，同比增长20.7%，占据韩国服装市场13.9%的份额，高于去年同期的11.9%。童装对整个服装市场的巨大拉动作用由此可见一斑。

随着后配额时代的到来，童装市场格局正在发生变化□20xx年的整体童装市场，也正体现出新阶段童装市场的发展趋势。有关专家指出，依照儿童的自身特点以及整个市场的发展，世界童装业者必须也正在从以下几个方面有所作为。

首先从童装产品定位来看，“绿色服饰”已经成为国际童装发展的新潮流，重视环保健康成为童装发展的一大方向。新

型面辅料不断出现，代替了过去单一的花布、涤棉、灯芯绒等低档面料，童装设计必须注重采用绿色环保面料，确保无毒害、无污染，同时大大提高各种性能，确保儿童健康。儿童作为一个正在成长中的群体，童装产品的舒适度等方面也应当加以关注。更重要的是，童装作为一种文化载体，也体现着区域特色与国际间流行趋势的交流和融合，对儿童的身心健康有着潜移默化的影响，童装必须突出文化内涵。在各种各样童装产品充满市场的今天，实践证明，顺应这一趋势的产品才能真正占有市场。

第二，营销渠道方面，国际童装经销商必须注重其营销策略在国际区域的整体整合和提升。目前国际品牌童装采用强大的宣传和公关攻势，全方位体现品牌风格，刺激和诱发家长和儿童的购买欲。在国际服装市场全方位放开的大环境下，直销和加盟连锁的方式将使销售更加顺畅，进一步打造品牌基础，为在国际竞争中具有更大的优势提供保证。过去的一年里，这种做法也正在被推广和实施。例如英国童装市场基本上受控于大型综合零售商店的品牌服装。20xx年度，综合服装店占童装市场销售额的30%左右。

第三，目标消费群体的合理定位和市场的有效细分将成为国际童装经营者关注的焦点。找到自己的目标客户群体，针对目标客户制定适当的市场目标，是在激烈的市场竞争中立于不败之地的必要因素。我们可以回顾20xx年的日本童装市场，童装经销商们基本上达成了这样一个共识，那就是有效的市场定位与细分：按照年龄划分，分为4类，0岁-2岁婴幼儿、2岁-6岁儿童、6岁-12岁儿童、12岁-15岁儿童。有调查显示，接受调查的74家童装制造商中，29.1%表示将关注学步儿童这部分童装市场，25.5%选择婴儿服装市场作为主攻对象，超过54%认为学步儿童服装市场和婴儿服装市场同样重要。这些数据 and 调查均表明，童装经营者们已经把眼光放开，在市场中寻求不同人群、不同品质的均衡。新的发展阶段中，这种平衡的寻求还会进一步深入，从纵向到横向，从区域到国际，在全球范围内实现资源的优化配置和合理组合。

店名【乐乐童装店】

释义【快乐儿童服装店，表示孩子天真、活泼、快乐的年龄特点及特征】

店面选址【重庆市江北区观音桥天天尚街】

【根据童装销售、产品成本、费用等预算的有关信息，前期投入尽可能在4万左右，其中包括店面装修及服装的首次进货。前期会存在产品销量问题，或者货品积压，需要有部分资金保证中期的种种资金困难问题，需准备资金四万作为拿服装季节新品或者店面租金等费用。整个童装店资金风险控制在十万以内，若因销售出现资金无法回笼问题，就需通过宣传及做活动形式来加大销售量，用于填缺资金问题及货物积压问题。

## 童装工作总结与计划 童装代理合同篇九

随着我们生活水平的提高，很多的童装店慢慢的开起，用创意的广告词宣传童鞋童装的品牌，让人们熟知童鞋童装。下面是本站小编带来童鞋童装广告词的内容，希望能让大家有所收获！

1. 过一个属于我们自己的节日！志兴牌儿童套装
2. 一件心爱的志兴童服。一个甜美童年回忆的开始！志兴牌儿童套装
4. 舒儿纸尿裤——宝宝穿的开心，妈妈选满意。舒儿纸尿裤
5. 让小宝贝在“凯尼“中幸福成长吧。凯尼童装



6. 人生之路, 儿童套装! 一件亮丽的童装, 一个灿烂的童年。  
一件喜欢的童装, 一个美妙童年回忆的开始!

7. 欢乐伴童年, 清凉伴夏天。

8. 起跑线童装店: 这里是梦开始的地方

9. 沐阳童, 创造爱的回忆。

10. 阳光与你同在。

11. 沐阳童——心存一份童真。

12. 炫彩你最棒。

13. 用心改变生活。

15. 沐浴阳光, 扮靓童趣。

1. 爱因阳光而灿烂。

2. 沐浴您的爱。

3. 宝贝的选择——沐阳童。

4. 沐阳童, 阳光下的童年。

5. 爱在您身边!

6. 童样与众不同。

7. 沐阳童——阳光白云和风。

8. 衣有价, 爱无价!

9. 阳光似水，浴身润心。
10. 沐阳童——沐浴着爱的天使。
1. 沐阳童，我成长，我快乐。
2. 放飞童年梦想。
3. 沐阳童，更加阳光。
4. 沐阳童——阳光般的爱。
5. 不一般的爱！
6. 大家的选择——沐阳童。
7. 妈妈的选择，宝宝的最爱。
8. 童样的回忆。
9. 沐阳童，妈妈的选择。
10. 让童年——沐浴阳光中。
11. 沐阳童——给宝贝有型的爱。
12. 童年童趣——沐阳童！
13. 沐阳童——引领童装潮流。
14. 因为阳光，所以温暖。
15. 沐阳童，爱的就是你。