

洗衣房的设计方案(汇总5篇)

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

洗衣房的设计方案篇一

目前国际上，自助洗衣的经营方式主要用如下三种：（1）全自动式：店内没有守候的服务人员，顾客用投币自行完成全部的洗衣过程，店主可以配合先进的视频系统对洗衣房进行监控。店主或雇员采用定时巡视的方式对设备进行维护或取款上交。这在投币洗衣比较普及的国家比较流行，如美国、日本、墨西哥欧洲等。（2）半自助式：店铺内设有专职的服务人员，为顾客提供兑换硬币，指导使用设备，代为洗衣的服务，同时也开展上门取送衣物的服务。这种方式多设在开展自助洗衣较晚且劳动力成本较低的国家，如中国、东南亚等国家。

其它洗：除为客户提供日常衣物水洗服务外，还可对一般家庭洗衣机难以洗涤的床上用品、毛毯、窗帘等进行洗涤。（成本低收费高）。

洗衣房的设计方案篇二

二、发展营销战略

三、制定营销计划

蓝月亮洗衣液策划方案内容提要：

市场分析：

目前洗衣液产品在我国市场处于发展阶段，尚未得到消费者的普遍认可；

在洗衣液产品越来越被大众认知的情况下，产品的细分需求将逐渐突出，因此蓝月亮企业应多重视在多领域细分层次的产品定位。

由于大型日化企业如宝洁、联合利华等还没有大规模进入洗衣液市场，目前的市场竞争还没有完全展开，随着大型洗衣巨头的加入，一批小企业将不可避免的被淘汰，而蓝月亮公司具有相关渠道或者日化基础，在这一行业的未来风险较小。

随着洗衣液市场的高速成长，各大洗衣剂品牌也纷纷加速进军洗衣液市场的步伐，洗衣液市场风起云涌：

广州立白高价“迎娶”周迅推出洗衣液新品；

日化巨头宝洁汰渍洗衣液虎视眈眈磨刀霍霍随时准备出手。

洗衣房的设计方案篇三

提供洗衣服务的方案

一、服务的目标、思路和设想

本项服务符合国家提倡校园服务社会化的大政策，配合学校以人为本的办学理念，能有效提高学校的社会形象，为学生提供后勤服务和提升后勤服务档次（招生时可能是个买点），让学生养成良好的卫生习惯。

二、客户群体的需求分析

1、忙碌的学校生活中，洗衣服的问题总是困扰着同学们，同学们学习生活安排比较紧；

4、根据调查显示有74.39%的住校生希望能在宿舍安装洗衣机，而智能洗衣机集洗、漂、甩干、杀菌为一体，更是同学们的首选的原因。

5、收费远远低于市面上的洗衣服务，符合学生这一消费群体。

三、服务特点

1、能有效解决同学们的“洗衣难”问题，节约同学们洗衣所耗时间、精力；

2、时间证明智能洗衣机能有效节省30%——50%用水量；

3、比洗衣店更接近学生，学生自愿投币、自助使用方便，并减轻学生经济负担；

4、全电脑控制，洗、漂、脱水、杀菌为一体，学生无需复杂操作，用水、用电安全；

6、提高学校后勤服务学生的能力，提升学校综合办学条件。

四、安装维护和管理

1、洗衣机的安装维护：

无需校方投资，校方提供场地、水、电源。投资人提供洗衣机、安装、维修和维护。可集中放置或放置于学生宿舍楼层公共区域（每层1台或跨层2台，也可根据校方要求安装）。专人安装，不影响消防通道和学校建筑，水电隐藏安装与学生隔离，无安全隐患。

2、洗衣机的管理：

洗衣机贴近同学们的生活，智能运作，同时能培养学生爱护公物的好习惯，学校无需管理。

五、服务方式和内容:投币洗衣，3元/次（5公斤左右），洗衣机智能洗、漂、脱水。学生自愿自助洗，不强逼、不诱导。

六、服务地点:

洗衣机投放点。

七、服务时间:

全天。

八、服务对象:

全体学生和教职工。

2011年11月30日

洗衣房的设计方案篇四

嗨，洗衣吧见！

“我们最终的形态就是像美国那样，不再是‘店’的概念，而是‘吧’的概念。人们来了之后，不仅可以洗衣服，还可以休闲娱乐。”

如此壮观的场景，除了工厂的流水线实在难得一见:145台洗衣机和125台干衣机“之”字形排列。一天24小时，一年365天，连轴运转。除了提供免费的洗衣液和熨斗，老板又辟出两块相当大的空间，一边陈设着小桌子和沙发，一边摆放着玩具和游戏机。小桌子上不时地还会有些惊喜。每天的例牌是免费的咖啡和糖果。生意最清淡的周三，老板会送披萨；母亲节，则送蛋糕。这就是全球最大的自助洗衣店，位于美国伊利诺伊州，老板汤姆本森因此声名远扬。

中国来了洗衣吧

二三十平方米的空间里，6~8台洗衣机整齐地排列，洗衣机上一一对应着悬挂式的干衣机。

一名服务生守在吧台，旁边堆着大包小包的衣服，价目表上写着：6元一桶。这是王景波的自助洗衣店。从深圳起步，三年来他已经在广州、哈尔滨、杭州、成都开了近百家连锁店。

“我们最终的形态就是像美国那样；不再是‘店’的概念，而是‘吧’的概念。人们来了之后不仅可以洗衣服，还可以休闲娱乐。”王景波说。

王景波是东北人，做技术出身，从设计电器到成为某品牌热水器的东北区总代理，后又以东北分公司为基础收购生产该热水器的总公司，因而来到深圳。起初，他只是替一个朋友考察洗衣行业，做了一番市场调查之后，他得出两个结论：第一，迄今为止，洗衣行业没有一个全国性的品牌；第二，迄今为止，洗衣行业一直以干洗为发展的主干，而水洗就像一个先天不足的枝丫，始终依附于干洗，不死不活。

他认为，这就是个机会。“很多人觉得，水洗之所以发展不起来，是因为家家都有洗衣机。可是，他们没有想过，家家都有锅碗瓢盆，为什么还有那么多餐馆，为什么大多数餐馆的生意还能够那么好。”王景波相信，惯性思维的背面往往隐藏着惊人的可能性。

几乎就在2009年的同一时期，北京和上海也都有了第一家自助洗衣店。北京的店开在双井桥家乐福附近，完全是经典的美国店的缩小版，所有的机器号称都是从美国进口的，从容量到技术走的都是专业设备的路子，此外，也设置了一片等候区，奉上了沙发、茶水、杂志、电视和电脑。上海的店则开在舟山路上的居民小区里，老板是个日本女人。她说，在日本一般只要有一台中型和一台大型的机器，就可以在街角

开一家小型自助洗衣店了。全日本有十几万家这样的洗衣店，大街小巷随处可见，大多数是24小时服务的，很受欢迎。她便照搬了这种模式。

与北京、上海的同行相比，王景波的路子则野得多。他的第一家店开在深圳宝安区富士康工厂附近，消费人群主要是富士康的员工和城中村的居民。所有的顾客都是送来衣服就走了几个小时之后再取，基本上没有自己动手的。除了计价方法与干洗店不一样，严格来说，王景波的自助洗衣店有其形而无其实，却一家接着一家地开了起来，仅在富士康周边就开了十来家。

不卖机器卖服务

上海的中井亚美运气就没有那么好了。原来，她认为上海已经和日本一样，遍地都是24小时便利超市，上海居民理应能够迅速地接受自助洗衣这一生活方式。但是，开张之后，她发现特地来看稀奇的人不少，真正来消费的人却不多。很多上海的老阿姨都问她：“自助洗衣？阿拉都花了钞票了，还要阿拉自己汰衣裳啊？”

无奈，亚美不得不把门口玻璃窗上贴着的“自助洗衣店”改成“洗衣店”，又添了一个店员，帮着客人们洗衣服，并把衣服熨好叠好。她听说，在她之前四川路上也曾经开过一家自助洗衣店，可是不久就倒闭了。

这就是现阶段中国的国情。大部分家庭还习惯于自家的衣服自己在家洗，只有不适合水洗的衣服才送去洗衣店干洗。洗衣机仍然被视为家庭生活的必需品。而有实际水洗需求的人往往是居住在出租屋、学校、集体宿舍，没有洗衣机或者晾晒衣服不方便的人。

“我把第一家店开在富士康周边，最初有人说我是找死，因为富士康免费为员工洗工装。如今看来，那些持惯性思维的

人又错了。”王景波分析。

现在的打工者和他们的父辈们大不一样，他们也爱时髦追潮流，除了工装还有大量的私人衣物。他们的工作时间长，一旦有休息日更愿意进城去玩，而不愿意把时间花在洗衣服上。当然，这部分人群收入有限，消费能力有限，要吸引他们来洗衣服价格就必须适中。美国式的自助洗衣店，一般启动资金就得50万-100万，如果针对这部分人群就很难收回成本，持续运营。

与有模有样的自助洗衣店相反，自助洗衣机对于很多中国人其实并不陌生。5年前，大部分大学校园就已经配备了自助洗衣机。在一些社区的便利店里也可以看见一两台。实际上，这是自助洗衣行业的另一种模式，类似于自动贩卖机：不用独立的店铺。只需要交纳一定的场地费、水电费，全市摆放百余台，每天固定时间去收钱就可以了。

在王景波看来，这种模式虽然投入的费用相对低廉，但是，在无人看管的情况下机器折旧也相对加快，更重要的是“这，相当于是给别人卖机器，而不是在做服务，做自己的品牌”。

尽管起步艰难，北京和上海的店主依旧对自助洗衣店的前景充满信心，外籍人士是他们的首批稳定顾客。亚美说，有一个老外经常会打车来洗牛仔裤。他通常把衣服放进洗衣机就去干别的事情，有时候是去超市，有时候是去理发。慢慢地，来光顾的中国人也越来越多。中国人送来洗的多是冬天的衣被、窗帘、沙发套之类，“没规律，却是一个好的信号”。

毕竟，绝大多数人都认同：水洗还是最环保、最健康的洗涤方式。干洗店经常要等几天才能去取衣物，其实这个时间不是用于洗涤，而是等着洗涤后的化学气味散去。据调查，60%—70%的洗涤类型是可以通过水洗来完成的。

“水洗”的n条路

“不去洗衣店的人，100个人可能有101个理由，所以，不用琢磨为什么他们不去，只用服务好那些去的人。如果能够让去的人感受到，洗衣服也是一个。技术活’，洗衣店可以比家里洗得更快、更干净，这样，曾经不去的人也就自然去了。”王景波的野心，完全不在于做好一家自助洗衣店，而在于整合整个水洗行业。他为水洗行业设计了n条路，简单来说，就是农村包围城市，从低到高逐步升级。

今年10月底，深圳航空公司向王景波投资3000万，要求其在2年内开门店1000家。立刻，王景波加快了扩张的步伐，频繁地在全国各地的城乡结合部、流动人口密集区圈地，并盯上了便捷酒店和公租房项目——还是从最迫切需要解决洗衣服问题的人群着手。

按照各地政府的规划，公租房已确定的基础配套措施有二：一是大食堂，二是自助洗衣房。王景波对这一战场信心十足。他认为，自己的优势不仅在于拥有目前全国唯一的连锁自助洗衣品牌，而且设备都是自主研发、获得了专利的。“与市面上家用洗衣机相比，我们的机器容量更大，更省水，洗得还更干净。与美国的专业设备相比，我们的更便宜，适合市场导入期。”

现在的和将来计划开在公租房的门店，只是洗衣吧的初级版，仅仅展示了自助洗衣吧的雏形。王景波希望借助便捷酒店已有的网络 and 消费人群，实现这一模式的标准版。即在每一家便捷酒店布置一个空间，在那儿洗衣、擦鞋、上网、购物都是自助的——可以投币，也可以刷卡——不同的消费行为之间互不耽误。便捷酒店可以因此提升服务水准，洗衣吧则可以节省渠道建设费用。

待到洗衣吧的品牌有了一定的知名度，高端的产品也将相应地推出。“明年，我们会有一个高档社区的样板店开张，主

要提供更专业、更细分的服务，比如，不使用任何洗涤剂，而使用特殊的技术来洗儿童的衣物。”王景波表示，“这将作为社区商业形态之一与房地产商合作。如今，每家初级版的洗衣吧每月收入均超过万元，可轻松实现盈利。一旦在全国范围内形成规模，则有无限可能。”

洗衣房的设计方案篇五

根据国家有关运输规定，经过双方充分协商，订立如下条款，双方共同遵守。

第一条 货物名称：_____，规格：_____，数量：_____，重 公斤，价值：人民币 元。

第二条 货物起运地点：成都市 街 号

货物到达地点：_____市 街 号

第三条 货物承运日期：_____年____月____日，货物运到期限：__年__月__日前。

第四条 运输质量及安全要求：承运人必须保证货物无灭失、短少、变质、污染、损坏等。

第五条 货物装卸责任和方法：货物起运及到达后的装卸均由承运人负责，承运人应在托运人指定的地点完成货物装卸。

第六条 收货人领取货物及验收办法：货物运达后承运人应立即通知收货人，由收货人指定卸货地点，在卸货地当场进行验收，并对货物是否完好等情况开具验收单(一式两份，一份交承运人，一份交托运人存底)

第七条 运输费用、结算方式：本次运输运费 元，本合同签订后托运人预付定金 元，货物到达卸货并由收货人确认货物

完好无损后7日内支付剩余的费用。

第八条 货物托运后，托运人需要变更到货地点或收货人，或者取消托运时，有权向承运人提出变更合同的内容或解除合同的要求，但必须在货物未运到目的地之前通知承运人，并按有关规定付给承运人所需费用。

承运人应在货物到达以后，收货人未验收前妥善保管货物。

第九条 违约责任

1、托运人未按合同规定的时间和要求提供托运的货物，托运人应按其价值的5%偿付给承运人违约金。

2承运人如将货物错运到货地点或接货人，应无偿运至合同规定的到货地点或接货人，并且不能超过本合同第三条约定的货物运到期限。如造成货物逾期到达的，承运人应偿付托运人违约金 元。

3、运输过程中货物发生灭失、短少、变质、污染、损坏等任何情况，承运人应按货物的实际损失(包括包装费、运杂费)赔偿托运人，并向托运人支付违约金 元。

第十条 本合同如在履行过程中发生争议，双方友好协商，协商不成，交由合同签订地法院裁决。

第十一条 本合同一式二份，双方各执一份，合同自双方签字盖章后生效。

托运人：_____ (盖章) 承运人：_____ (盖章)

代表人：_____ (签字) 代表人：_____ (签字)

本合同签订时间：_____年____月____日。

本合同签订地点：成都市 区 路(街) 号。

——洗衣粉和洗衣液的区别有哪些