

学校编码: 10384

学 号: 17920111150917



分类号\_\_密级\_\_

UDC\_\_

廈門大學

碩 士 學 位 論 文

WT 化妝品有限公司創業計劃書

A Business Plan for WT Cosmetic Ltd.

王曉娟

指導教師姓名: 郭霖 教授

專業名稱: 工商管理 (MBA)

論文提交時間: 2014 年 7 月

論文答辯日期: 2014 年 8 月

學位授予日期: 2014 年 月

答辯委員會主席: \_\_\_\_\_

評 閱 人: \_\_\_\_\_

2014 年 7 月



## 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日



## 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日



## 摘要

作为全球第八，亚洲排名第二的化妆品王国，我国化妆品行业目前以15%的年增长率成为日用消费品重要的增长点，其中彩妆市场不断升温，但是在目前国内化妆品市场上，琳琅满目的化妆品市场常常导致客户面临无从选择的尴尬和困境，因为很多消费者缺乏对化妆品的认识和鉴别。基于以上现象和一定程度的市场调查研究，论文作者结合自身和团队优势成立了WT化妆品有限公司为目标客户群来提供解决方案并实现盈利。WT公司主要是通过与国际某彩妆知名品牌D合作，通过引进设备和拟定个人定制方案，结合专业的彩妆培训师来打造彩妆护肤新型美容概念，通过线上和线下互动的模式来开发并拓展公司的业务。论文研究发现，该创业项目的盈利初期、中期应该有45%以上的毛利；随着市场应用的扩大，项目预期有35%以上的毛利，是一个很值得创业投资的项目。

关键词：彩妆定制 组合营销 创业计划





## Abstract

As the eighth largest cosmetic country, the secondary rank in the Asia, China cosmetic business has become the most important increasing point of economy with 15% annual increasing rate. Meanwhile color cosmetic market has been expecting among the commodity industry. Due to lacking of experiences and knowledge, customers are normally facing the difficult situation to make the choice on the different cosmetic products. Based on above cases and market research, we have raised up our solution and set up WT Cosmetic Ltd to take the practice on the developing customization project of individualized color cosmetic products by making analysis on the market environment, operation way, marketing plan, cost control, financial plan, and ideally realizing our business objective.

WT cosmetic Ltd will cooperate with an international brand product D, We will introduce the individualized equipment and professional makeup trainer with the original makeup concept, An O2O business promotion model will be applied to develop the company business. The research finally show that we will gain more than 45% of gross margin during the open up and media term. With the enlarging the market application, We will target to have 35% gross margin as least. All these prove that it is a promising business plan.

**Key Words:** Individualized Customization of color cosmetic Products Combined Marketing Business Plan



目 录

第一章 绪论 .....	1
第一节 研究背景 .....	1
第二节 研究目的 .....	2
第三节 研究方法及理论基础 .....	2
第四节 论文结构 .....	8
第二章 创业学相关理论简要说明 .....	9
第一节 创业管理 .....	9
第二节 创业计划书 .....	11
第三节 研究框架 .....	13
第三章 彩妆市场分析 .....	14
第一节 彩妆行业特点 .....	14
第二节 中国彩妆行业趋势 .....	16
第三节 个性化化妆品定制将成为彩妆行业发展趋势 .....	20
第四章 WT 化妆品有限公司 .....	25
第一节 WT 化妆品有限公司业务简介 .....	25
第二节 WT 公司销售业态及盈利模式 .....	28
第三节 WT 公司的商业模式 .....	36
第四节 WT 公司目前创业状态 .....	39
第五章 彩妆行业竞争环境分析 .....	40
第一节 竞争者分析 .....	40
第二节 顾客分析 .....	44
第三节 供应商 .....	47
第四节 替代者分析 .....	47
第五节 潜在进入者分析 .....	47
第六节 结论 .....	48
第六章 WT 公司竞争战略 .....	49
第一节 WT 公司的愿景与使命 .....	49
第二节 公司目标 .....	49
第三节 WT 公司竞争战略 .....	51
第四节 WT 公司管理 .....	53

第七章 WT 公司生产管理	55
第一节 公司产品生产	55
第二节 公司质量控制	56
第三节 公司库存管理	57
第八章 WT 公司营销策略	59
第一节 WT 公司市场定位	59
第二节 产品策略	59
第三节 定价策略	60
第四节 渠道策略	61
第五节 促销策略	62
第六节 营销阶段	63
第九章 财务计划与分析	66
第一节 期初资金分析	66
第二节 经营盈利预测	66
第三节 财务分析	71
第四节 风险识别与控制	74
第十章 研究结论	77
第一节 研究的主要结论	77
第二节 创业体验和总结	78
第三节 研究的不足之处	79
参考文献	80
致谢	81
附录	82

## Contents

<b>Chapter 1 Introduction</b> .....	<b>1</b>
<b>Section 1 Research Background</b> .....	<b>1</b>
<b>Section 2 Research content</b> .....	<b>2</b>
<b>Section 3 Research Methods</b> .....	<b>2</b>
<b>Section 4 Paper Structure</b> .....	<b>8</b>
<b>Chapter 2 A brief description of the entrepreneurship theories</b> .....	<b>9</b>
<b>Section 1 Entrepreneurial Management</b> .....	<b>9</b>
<b>Section 2 Business plan</b> .....	<b>11</b>
<b>Section 3 Research work</b> .....	<b>13</b>
<b>Chapter 3 Analysis on market environment</b> .....	<b>14</b>
<b>Section 1 Industry characteristics of the cosmetic enterprises</b> .....	<b>14</b>
<b>Section 2 The development trends of cosmetic industry</b> .....	<b>16</b>
<b>Section 3 Individualized Customization of color cosmetic tendency</b> .....	<b>19</b>
<b>Chapter 4 About WT</b> .....	<b>25</b>
<b>Section 1 WT Business Overview</b> .....	<b>25</b>
<b>Section 2 Profit Model Design</b> .....	<b>28</b>
<b>Section 3 Business Model Analysis</b> .....	<b>36</b>
<b>Section 4 WT Current Status Brief</b> .....	<b>39</b>
<b>Chapter 5 Competition Environment Analysis</b> .....	<b>40</b>
<b>Section 1 Cosmetic Market Analysis</b> .....	<b>40</b>
<b>Section 2 Customer Analysis</b> .....	<b>44</b>
<b>Section 3 Vendor Analysis</b> .....	<b>47</b>
<b>Section 4 Substitute Analysis</b> .....	<b>47</b>
<b>Section 5 Potential Enterers Analysis</b> .....	<b>47</b>
<b>Section 6 Conclusion</b> .....	<b>48</b>
<b>Chapter 6 Business objectives and organization planning</b> .....	<b>49</b>
<b>Section 1 WT 's vision and mission</b> .....	<b>49</b>
<b>Section 2 WT 's goals</b> .....	<b>49</b>
<b>Section 3 WT's Competitive Strategy</b> .....	<b>51</b>
<b>Section 4 WT 's building</b> .....	<b>53</b>

<b>Chapter 7 WT Production Management</b>	<b>55</b>
Section 1 WT's Production	55
Section 2 WT 's Quality Control	56
Section 3 WT 's Inventory Management	57
<b>Chapter 8 Marketing</b>	<b>59</b>
Section 1 WT's Marketing positioning	59
Section 2 WT's Product Strategy	59
Section 3 WT's Pricing Strategy	60
Section 4 WT's Channel Strategy	61
Section 5 WT's Promotion Strategy	62
Section 6 WT's Marketing Period	63
<b>Chapter 9 The Financial Plan and Analysis</b>	<b>66</b>
Section 1 Cost Analysis	66
Section 2 Profit forecast	66
Section 3 Financial Analysis	71
Section 4 Risk Control	74
<b>Chapter 10 Conclusion</b>	<b>77</b>
Section 1 The main conclusions of the research	77
Section 2 The function of business plan	78
Section 3 Inadequacies of the research	79
<b>References</b>	<b>80</b>
<b>Acknowledgments</b>	<b>81</b>
<b>Appendix</b>	<b>82</b>

## 图目录

图 1-1 潜在彩妆顾客每周使用彩妆频率 .....	4
图 1-2 用户使用彩妆产品的情境 .....	4
图 1-3 彩妆产品接受度调查 .....	5
图 1-4 彩妆产品价格区间.....	6
图 1-5 选择彩妆产品的关注点 .....	6
图 1-6 更换彩妆产品的驱动因素 .....	7
图 1-7 彩妆产品的购买方式 .....	7
图 2-1 本文的研究框架.....	13
图 3-1 主要化妆品分类销售额占比 2009-2011 .....	15
图 3-2 个性化 Max Factor 彩妆店风格.....	23
图 4-1 盈利模式九宫图（商业模式画布） .....	31
图 4-2 WT 公司营销推广手段总览.....	37
图 5-1 波特五力模型.....	40
图 5-2 彩妆市场战略群分布 .....	43
图 5-3 彩妆消费者年龄分布比例图 .....	45
图 6-1 欧莱雅产品“金子塔”竞争结构解析 .....	51
图 6-2 WT 公司组织结构 .....	53
图 7-1 定制化妆品公司生产流程图 .....	55
图 7-2 定制化妆品公司质量控制图 .....	56
图 7-3 化妆品生产价值流图 .....	57
图 9-1 营业收入预测 2015-2019 .....	67
图 9-2 毛利率&净利润率 2015-2019.....	67
图 9-3 资产总计 2014-2019 .....	68
图 9-4 应收账款&存货预测 2015-2019.....	69
图 9-5 固定资产&流动资产 2015 vs 2019.....	69
图 9-6 经营现金流 2015-2019 .....	71
图 9-7 净利润增长趋势图 2016-2019 .....	72
图 9-8 净资产&总资产收益率 2015-2019.....	73





Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库