# 项目八：丽姿化妆品有限公司产品策划书

来源：网络 作者：风吟鸟唱 更新时间：2025-02-22

*第一篇：项目八：丽姿化妆品有限公司产品策划书丽姿化妆品有限公司产品策划书——苦瓜排毒养颜面模贴随着经济的快速发展，人们的物质财富越来越多，于是，追求爱美的人也随之增多，很多人都趋向使用化妆护肤品。因此，化妆品市场前景广阔，日用化妆护肤品市...*

**第一篇：项目八：丽姿化妆品有限公司产品策划书**

丽姿化妆品有限公司产品策划书

——苦瓜排毒养

颜面模贴

随着经济的快速发展，人们的物质财富越来越多，于是，追求爱美的人也随之增多，很多人都趋向使用化妆护肤品。因此，化妆品市场前景广阔，日用化妆护肤品市场容量巨大，具有强大的发展潜力。

一、市场分析

经过市场调查，我们发现，化妆品市场虽然广阔，但也存在诸多问题。首先，由于市场上化妆品品牌更新慢，消费者无法找到适合个人使用的最佳产品，产品的大众性是众多消费者流失；其次，产品功能不对口，功效局限在美白，保湿，祛痘等范围内，无法满足更多需求；再次，化妆护肤品市场价高，很多消费者消费不起，尤其是没有经济能力的在校学生；最后，产品大部分使用起来比较麻烦，耗时过长，耽误了时间。

二、产品介绍

综合以上市场调查结果，针对当前化妆护肤品市场存在的缺陷，我公司特推出“丽姿系列——苦瓜排毒养颜面模贴”产品，满足广大爱美的消费者需求。

1、产品特点：富含天然苦瓜营养汁液，有效立即渗透面部肌肤，活化细胞的再生功能，祛除常见的青春痘、暗疮，修复面部毛孔粗大、皮肤粗糙等问题，促进受损部位之血液循环，改善皮肤组织，锁紧肌

肤水分，延缓皮肤老化。令皮肤恢复美白幼嫩，细腻光滑。强化皮肤脆弱的保护模，保持皮肤水分弹性。

2、产品卖点：①本产品具有四中美容功效，可满足消费者对面模功效的不同需求，全心全意为消费者创造美的途径；②质优价廉；③使用本产品方便、简洁。

3、产品功能

根据消费者对面模的不同需求，本产品特分为四中功能：①美白嫩肤：有效抑制黑色素的形成，改善粗糙、晦暗肤质，还原明亮嫩白的迷人美肤；②控油防痘：多种天然活性成分，有效平衡肌肤PH值，抑制油脂分泌，杜绝痘痘的滋生；③补水保湿：补充水分，加强；皮肤的水合能力，令肌肤盈润饱满，富有生机；④活肤祛痘：促进肌肤代谢功能，为肌肤提供营养素，淡化黑色素，激活肌肤，有效祛除斑点。

4、产品目标客户群体：面向众多女性消费者，尤其是高校女性。

三、产品定位

“丽姿系列——苦瓜排毒养颜面模贴”提取天然产品——苦瓜营养职业，打响原生态美客护肤产品的品牌，提高其高质量的影响力。为广大女性消费者追求爱美之新开辟新途径，提高爱美的服务渠道。本品牌产品本着质优价廉的宗旨，尤其受广大高校女生的欢迎。

四、效益评估

由于是新产品上市，故销售量在近期可能不太理想。同时，价格偏低使我公司在本产品中获益不大。但是，相信不久之后，本产品能够以

“质优价廉”的优势赢得消费者的青睐，从而提高销售量。通过“薄利多销”的形式，为我公司赢取更多的利润。

五、市场推广

第一阶段：通过广告的大力宣传，发放宣穿册，使新产品在西欧安放者心中留下一个初步印象，为以后新产品在市场上的流通奠定一定的基础；

第二阶段:上门推销并介绍新产品,同时,在市场人口密集处,向过往行人专门介绍新产品的用法、用途以及功能。为新产品上市争取顾客，让更多的人了解我公司的新产品；

第三阶段：在打响新产品的品牌后，利用各百货市场，各大商场，超市等人流密集的优势，在那些地方没柜台专卖。提高新产品的销售业绩，吸引顾客前来购买，提升公司的产品品牌形象。

六、产品开发进度

1、产品提案：提出产品研发方案，经过董事会全体成员的研讨，检验方案的可行性；

2、产品思路整合：借鉴前人经验，并参考董事会全体成员的意见，对产品研发策略进行合理修改，以及策划书的整合；

3、召开股东大会，认定策略。经董事会全体成员共同认证产品的研发策划，达成产品研发策略的一致共识；

4、编写产品流程：对产品研发的具体程序和进度进行严格审核和考察；

5、技术开发：根据产品策划书，进行新产品的具体实践研发；

6、内部测试：产品经检验合格后，可在公司内部人员中进行新产品的试用，检测研发产品的成果如何。

小组成员 ：何娟，钱珍，钱有志，张鹏

**第二篇：项目八：丽姿化妆品有限公司产品策划书**

丽姿化妆品有限公司产品策划书

——苦瓜排毒养

颜面模贴

随着经济的快速发展，人们的物质财富越来越多，于是，追求爱美的人也随之增多，很多人都趋向使用化妆护肤品。因此，化妆品市场前景广阔，日用化妆护肤品市场容量巨大，具有强大的发展潜力。

一、市场分析

经过市场调查，我们发现，化妆品市场虽然广阔，但也存在诸多问题。首先，由于市场上化妆品品牌更新慢，消费者无法找到适合个人使用的最佳产品，产品的大众性是众多消费者流失；其次，产品功能不对口，功效局限在美白，保湿，祛痘等范围内，无法满足更多需求；再次，化妆护肤品市场价高，很多消费者消费不起，尤其是没有经济能力的在校学生；最后，产品大部分使用起来比较麻烦，耗时过长，耽误了时间。

二、产品介绍

综合以上市场调查结果，针对当前化妆护肤品市场存在的缺陷，我公司特推出“丽姿系列——苦瓜排毒养颜面模贴”产品，满足广大爱美的消费者需求。

1、产品特点：富含天然苦瓜营养汁液，有效立即渗透面部肌肤，活化细胞的再生功能，祛除常见的青春痘、暗疮，修复面部毛孔粗大、皮肤粗糙等问题，促进受损部位之血液循环，改善皮肤组织，锁紧肌肤水分，延缓皮肤老化。令皮肤恢复美白幼嫩，细腻光滑。强化皮肤脆弱的保护模，保持皮肤水分弹性。

2、产品卖点：①本产品具有四中美容功效，可满足消费者对面模功效的不同需求，全心全意为消费者创造美的途径；②质优价廉；③使用本产品方便、简洁。

3、产品功能

根据消费者对面模的不同需求，本产品特分为四中功能：①美白嫩肤：有效抑制黑色素的形成，改善粗糙、晦暗肤质，还原明亮嫩白的迷人美肤；②控油防痘：多种天然活性成分，有效平衡肌肤PH值，抑制油脂分泌，杜绝痘痘的滋生；③补水保湿：补充水分，加强；皮肤的水合能力，令肌肤盈润饱满，富有生机；④活肤祛痘：促进肌肤代谢功能，为肌肤提供营养素，淡化黑色素，激活肌肤，有效祛除斑点。

4、产品目标客户群体：面向众多女性消费者，尤其是高校女性。

三、产品定位

“丽姿系列——苦瓜排毒养颜面模贴”提取天然产品——苦瓜营养职业，打响原生态美客护肤产品的品牌，提高其高质量的影响力。为广大女性消费者追求爱美之新开辟新途径，提高爱美的服务渠道。本品牌产品本着质优价廉的宗旨，尤其受广大高校女生的欢迎。

四、效益评估

由于是新产品上市，故销售量在近期可能不太理想。同时，价格偏低使我公司在本产品中获益不大。但是，相信不久之后，本产品能够以“质优价廉”的优势赢得消费者的青睐，从而提高销售量。通过“薄利多销”的形式，为我公司赢取更多的利润。

五、市场推广

第一阶段：通过广告的大力宣传，发放宣穿册，使新产品在西欧安放者心中留下一个初步印象，为以后新产品在市场上的流通奠定一定的基础；

第二阶段:上门推销并介绍新产品,同时,在市场人口密集处,向过往行人专门介绍新产品的用法、用途以及功能。为新产品上市争取顾客，让更多的人了解我公司的新产品；

第三阶段：在打响新产品的品牌后，利用各百货市场，各大商场，超市等人流密集的优势，在那些地方没柜台专卖。提高新产品的销售业绩，吸引顾客前来购买，提升公司的产品品牌形象。

六、产品开发进度

1、产品提案：提出产品研发方案，经过董事会全体成员的研讨，检验方案的可行性；

2、产品思路整合：借鉴前人经验，并参考董事会全体成员的意见，对产品研发策略进行合理修改，以及策划书的整合；

3、召开股东大会，认定策略。经董事会全体成员共同认证产品的研发策划，达成产品研发策略的一致共识；

4、编写产品流程：对产品研发的具体程序和进度进行严格审核和考察；

5、技术开发：根据产品策划书，进行新产品的具体实践研发；

6、内部测试：产品经检验合格后，可在公司内部人员中进行新产品的试用，检测研发产品的成果如何。

小组成员 ： 何娟，钱珍，钱有志，张鹏

**第三篇：资生堂丽源化妆品有限公司**

资生堂丽源化妆品有限公司

资生堂丽源化妆品有限公司（SLC）成立于1991年12月29日，作为日本资生堂与北京丽源公司的合资企业，SLC秉承资生堂“高品质、高服务、高形象”的企业文化理念，旨在引进日本资生堂的先进技术和科学的经营管理方法，生产经营高知名度、高品质的化妆品，以适应中国市场和国际市场的需求。

目前资生堂丽源化妆品有限公司以北京为总部，在全国建立了21个分公司负责当地及周边地区的销售工作。作为国内化妆品市场的主流品牌，欧珀莱已经在全国700多家百货商场开设了形象专柜，而且在近年一直保持着30%左右的年销售增长率。连续12年销售的高速增长，使资生堂丽源化妆品有限公司成为日本资生堂本部海外销售成绩最好的公司。

“AUPRES/欧珀莱”品牌是资生堂丽源化妆品有限公司以资生堂130余年的历史文化底蕴为基础，在资生堂产品开发部及资生堂研究所密切的技术支持下，结合中国环境和气候特征，以中国各地女性地肤质为研究对象，坚持Research &Development(研究与开发)的方针，充分了解市场需求专为中国消费者研发的产品。从1993年11月开始生产，1994年1月推向市场至今，”AUPRES/欧珀莱”以其卓越的品质、高雅的形象、高质量的服务成为国产化妆品翘楚，在各种评比和检测中均得到了专家和消费者的首肯和认可。如今”AUPRES/欧珀莱”已成为资生堂丽源化妆品有限公司的核心品牌之一，充分展示了资生

堂丽源化妆品有限公司在产品质量及管理上的优势。

为满足消费者不断增加的需求，在”AUPRES/欧珀莱”品牌不断丰富产品线的同时，资生堂丽源于2025年推出了“JS/俊士”男用化妆品，令追求生活品质的男士们有了自己的专属产品；2025年推出了“SUPREME AUPRES//思魅欧珀莱”品牌，该品牌以其深厚的研发背景、极致的护肤效果和特有的高端形象成为SLC打造国际品牌，树立国际化形象的重点品牌。

以让消费者满意为宗旨，建立独特的管理机制，生产优质产品，构建周到的服务体系，为顾客提供全方位服务，热心参与公益事业，打造“高品质、高服务、高形象”的企业方针就是资生堂丽源长期立于不败之地并广受欢迎的关键所在。

1872年资生堂在日本东京银座创立了第一家西式调剂药房。1897年科学性地开发出了以西洋药学处方为基础，名为EUDERMINE红色蜜露的化妆水。从此，资生堂便一直致力于美化肌肤和秀发的研究，研发出了许多革新商品和美容方法。今天的资生堂不仅在日本，在世界范围内也受到众多消费者的喜爱，其产品已在全世界70多个国家销售，成为亚洲第一、享誉全球的化妆品集团。

资生堂来到中国后深受中国消费者的青睐，在中国不同地区，不同阶段，有着许多资生堂产品的爱用者。为了更有效地把握市场先机，更迅速地确立市场销售战略计划，资生堂于2025年12月成立了资生堂（中国）投资有限公司，统筹在中国的化妆品事业，此举成为资生堂大力发展中国化妆品事业的强有力证明。如今，资生堂虽然已经通

过百货店同顾客建立了友好关系，但为了进一步扩展与顾客的交流空间，2025年资生堂正式在中国展开化妆品专卖店事业。资生堂化妆品专卖店不仅仅销售商品，更能为中国女性介绍正确的化妆品使用方法，同时，还是展示新型美容方法，传播新潮服饰、发型的时尚文化场所。

商家名称：资生堂丽源化妆品有限公司

商家电话：0511-85030398

电话：800 820 1010

固话用户：800-810-2559

手机用户：400-678-2559

电话：02039751373

传真：02039751373

地址：北京市经济技术开发区宏达北路2号

网址：http:///

**第四篇：上海莱姿化妆品有限公司活动总结**

上海莱姿化妆品有限公司百年莱姿，成就美丽！

终端营销大战见证平板推动力

——唐山滦南银泰商厦大促纪实

编者按：我们说，一场终端活动的成功，需要依赖诸多条件，如前期的宣传、物料的准备、客流的招徕、促销的力度、时机的把握，等等。当这些条件的满足越是充分时，就越有可能呈现一场热火朝天的促销。这也是莱姿孜孜以求的——为各区域终端打造成功的榜样，用细节化、可操作、可复制的经验，让热销现场得以在莱姿的任何一个终端再现！

以平板促销售扭转局势新利器

2025年1月17日—21日，莱姿在唐山滦南县银泰商厦开展了一场为期4天的柜台大促，最终取得49000元的销售业绩。在此之前，该柜台长时间处于月销售额仅1万左右的尴尬状态，为了迅速扭转这种颓势，急需要一场有人气、有销量的大促销振奋起工作人员的信心，也需要一场成功的大促为柜台积聚起足够的关注度与话题性。

这个契机就是1月17日开始的这场大促。但由于前期准备的滞后与不充分，不仅预售未做起来，连活动第一天的关键物料都没有及时到位！这样的致命错误导致活动第一天销量乏善可陈，仅1—2千元。这样的局面如若持续，便注定了这场活动将以失败收场。

公司调动所有力量，在第二天一早将物料补齐，尤其是本次活动的重要赠品——7寸平板电脑到货。这犹如为一台动能不足的引擎加满油般，瞬间扭转了活动吸引不到人、成交量低下的现状。现场工作人员通过抽奖+喊麦的方式，将大量客流引至柜台，再通过产品试用与焦点促销策略结合的方式，迅速完成了多笔高客单价的套餐销售——当天即销出近10套888元套餐，全天的销售额更是冲破17000元，这个成绩打破了该商场单日单品牌的最高销售历史，大大振奋了在场的所有促销人员。

莱姿天猫商城：

小电脑大门道

一台小小平板电脑，就让销售有了极大的起色，这就是以思路制胜的典范之作。

作为新科技的代表，平板电脑已经成为70后、80后、90后乃至00后的必备产品，小巧轻便又方便随身携带，让人们能即时享受音视频、网络通讯、电子阅读、游戏、摄录像等多种功能带来的娱乐性与沟通性。现在，购买莱姿产品就能免费获得，不用额外再花一分钱，既可以作为礼物送人，也可自留娱乐，而且拿回家就能用、使用频率又极高，不会成为拿回家就束之高阁的无用赠品。这台平板电脑的价值感与有用性极高，因此极大程度上吸引了顾客的关注度。

更重要的是，莱姿选择的平板电脑为正规厂家生产的合格品牌电脑，且在配置方面也相当不错。它采用安卓2.3.4系统，拥有1.5GHZ的处理器及512M内存，自带4-8G存储卡，以及配置为7寸的800\*480高清显示屏，这令视频播放、游戏操作、电子书阅读、摄录像体验更清晰流畅；电容多点式触摸屏让各类操作通过指尖轻轻滑动即可完成，相当方便灵巧。除了游戏、音视频播放、电子阅读等功能，这款7寸平板电脑还能实现WIFI无线网络连通，实现如阅读网页、社交、聊天等各种网络工具的应用。还可作为相框、台历，支持各种办公应用软件，让随时随地的办公也成为可能。

同时，莱姿为了避免对电子产品比较陌生的顾客一时无法掌握平板电脑的操作和性能，我们赠送的每一台电脑都会事先为其充足电，并将视频、音乐、游戏等资料一并打包拷贝进去，让顾客只要一开机就能用，既解决了顾客不会用的难题，也让顾客当场体验，更容易促成套餐的销售。

总结：4天4.9万元的业绩并不是莱姿做得最好的一场，但我们用实践再次验证了平板电脑作为赠品的优越性。在去年的11月和12月份，滦南银泰柜台刚进行过一场较大力度的会员兑换活动，赠品也不乏一些如挂烫机、电热水壶等较高价值的物品。但这场莱姿春季大促并没有因为会员已经购买过大金额的产品而受冷，4天活动共销售出20多套888套餐及15套637套餐，高客单价奠定了活动达标成功的基础。可见，客户的消费潜力，在大力度的促销政策及诱人的赠品前，仍有极大的挖掘潜力。

**第五篇：化妆品项目策划书**

关于化妆品的项目策划书

策划摘要

1)我们是做什么的？ 我们是针对本校的大学生群体，专门为他们提供化妆品和一些日用品的零售店。我们会打造一个专业的化妆品门市，让同学们在我们的化妆品的滋润下可以更加的美丽

2)我们主要卖什么？ 我们只要是卖4类化妆品

发用类：包括洗发，护发，养发，固发，美化类化妆品 护肤类：包括膏、霜、乳液、化妆用油类等护肤化妆品。

美容修饰类：包括胭脂，香粉类、唇膏类、洁肤类化妆品，指甲用化妆品类、眼部用化妆品类。

香水类：包括香水类、化妆水类等液体状化妆品。

其他：肥皂，牙膏，香皂，洗衣粉等日用品类

根据后期的经营情况会适当的涉及到女性的其他用品的经营，比如说是女性饰品类

3)我们的优势是什么？

肥皂，牙膏，香皂，塑料梳子，牙刷，洗衣粉，护手霜，洗面奶，洗涤剂，洗发液，染发剂、洁厕灵、洗手液、各种美白、防护霜剂、沐浴液等等。总之，凡是日常生活中必须而且经常使用的，非天然的、采用化学方法合成的物品，统统包含在日化之内！按用途分为发用类、护肤类、美容修饰类、香水类。

发用类：包括洗发、护发、养发、固发、美发类化妆品。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！