**安徽电子信息职业技术学院**

**毕业论文（设计）**

题目“韩美妆”网站策划书

**学生姓名 樊玲 学号140202307**

**班 级 计用143**

**专 业 计算机应用**

**系 院 信息与智能工程系**

**指导教师 毕好昌**

**2016年 9月 6日**

**目录**

[摘要 1](#_Toc307843447)

[前言 1](#_Toc307843448)

一、[韩妆市场分析 2](#_Toc307843449)

（[一）市场需求分析 1](#_Toc307843450)

（[二）消费者行为分析 1](#_Toc307843451)

（[三）竞争对手的分析 1](#_Toc307843452)

（[四）自身条件的分析 1](#_Toc307843453)

二、[网站功能定位及目的 1](#_Toc307843454)

（[一）网站定位 1](#_Toc307843455)

（[二）网站的目的 1](#_Toc307843456)

三、[网络营销策略 1](#_Toc307843457)

（[一）应用策略 1](#_Toc307843458)

（[二）企业可以采取以下几个竞争战略提高竞争力 1](#_Toc307843459)

四、[网站内容规划 1](#_Toc307843460)

（[一）前台网站的导航系统 1](#_Toc307843461)

（[二）后台管理 1](#_Toc307843462)

五、[网站设计流程 1](#_Toc307843463)

六、[网站建设进度以及具体内容 1](#_Toc307843464)

七、[网站的推广 1](#_Toc307843465)

八、[网站的后期的维护管理 1](#_Toc307843466)

[感谢语 1](#_Toc307843467)

[参考文献 1](#_Toc307843468)

**摘要**

“韩美妆网站”实际上就是“电子商务在线购物网站”，是B2C电子商务形式。随着互联网宽带和技术应用的成熟，以及物流和支付系统的完善，可以预见，电子商务将成为互联网普及应用的主流，必将影响着千家万户的生活和经济行为，并日益成为社会商业活动的重要形式。

在作本策划书之前对韩美妆的市场形式经行分析得知，随着社会的发展人们对自身的保养越来越注重，女孩们越来越愿意花钱在保养，化妆上。所以我们不仅要完善自己的实体店面，还在网上占领一定的市场。首先我们确定了网站的建设目的和功能定位，又制定了详细的网络营销策略。其次就开始网站的制定。网站包括前台用户注册登录模块、后台管理模块、产品展示模块、留言板模块、购物车模块等。最后，就是网站的推广以及后期维护管理。

“韩美妆网站”主要利用网上销售模式，为消费体提供品种繁多，物美价廉的产品。“韩美妆”有实实在在的产品经营场所，利用自身的平台优势，吸引着各类的消费者，丰富自身产品线，实现双赢。能对网上经营的产品专业性、人性化提供强有力的品质保障。保持现有优势，引导互联网消费理念，扩大特色商品销售和服务外延，确保业绩稳中有升。

**关键字**：韩妆，彩妆，化妆品。

**前言**

经济全球化背景下，新经济是以信息技术革命带动的、以高新科技产业为龙头的知识经济。新经济具有低失业、低通货膨胀、高增长的特点。作为新经济的组成部分，电子商务是IT技术涉足经济领域与网络经济发展的产物，是各国经济增长的强大动力。我国正处于电子商务发展的初级阶段，在网络基础设施、信用体系、物流配送、网络安全、法律制度等方面都需进一步加强和改进，以适应新经济发展的要求。

　　20世纪80年代以来，随着市场的全球化和生产要素的全球流动，经济全球化已经成为21世纪不可逆转的历史趋势。以信息技术为主导、以网络为基础、以全球化为支撑的新经济正在向全世界扩展。中国作为发展中国家，也强烈地感受到它的影响。虽然世界各国新经济的成熟程度有所不同，但毫无疑问，我们正在进人新经济时代。

　　随着WTO和信息化步伐的加快，由信息技术、商务技术和管理技术相结合而诞生的现代生产力——电子商务正处在空前的发展时期，并以其强大的生命力推动着部门经济、区域经济、国民经济和世界经济的快速发展。

电子商务交易的个性化、自由化可为企业创造无限商机，降低成本，同时可以更好地建立同客户、经销商及合作伙伴的关系，为此，许多公司积极拓展电子商务，为客户服务，进行价值链集成。如今网络已成为企业进行竞争的战略手段。企业经营的多元化拓展，企业规模的进一步扩大，对于企业的管理、业务扩展、企业品牌形象等提供了更高的要求。

一、**韩美妆市场分析**

**（一）市场需求分析**

改革开放以来，我国的化妆品市场有了极大发展，产品更丰富、充裕，销量连年大幅增长。可以预计，今后几年，化妆品市场仍会以较高的速度持续增长，市场存在巨大潜力 。我们认为，其未来几年的发展趋势表现为：

　　护肤类产品稳定增长，其中以集润肤、保湿、营养、健康等多功能于一体的高效产品增长较为迅速。随着追求多功能产品的心态日渐明显，特殊功能型产品消费量将会上升。同时，随着社会人口老龄化，40岁以上的中老年化妆品市场需求量将有所增加，如果我们善于调查和把握中老年人的生活习惯和消费观念，减除皱纹、抗衰老等类型产品将能开拓这一市场销售的新局面。

　 　天然型化妆品将越来越受欢迎。不含色素、少含防腐剂及乳化剂，富含天然动植物成分的天然型化妆品以其安全性高、温和、效果明显等特性将特别受消费者的喜爱。

**（二）消费者行为分析**

经过我们对100名消费者的调查得知，人们喜欢化妆品的原因主要有以下几点：

七分美丽，化妆品让变十分漂亮。  
　　如果细细观察女人化妆的样子就会有了新的认识，也许发现女人化妆的原因。首先女人化妆是对美丽的追求，是一种积极向上的心态，一个事业成功的女人都会有很注重自己的形象，都有自己的化妆方式。第二女人化妆可以改变心情，每个女人化妆以后，都愿意兴高采烈让别人看，尤其是深爱的人。这有就是古语所讲的“女为悦己者容”。化妆以后就觉得自己真的很美，心情随之变得快乐。第三，化妆就像给皮肤穿上衣服，现代的环境、的空气充满了污染和粉尘。皮肤暴露在空气中会受到毒害。所以适当用一些化妆品可以保护的皮肤。第四化妆可以彰显品位，这里说的品位不是说用高价化妆品就显得尊贵。化妆品一般都有自己香味，一种香味对应着一个女人的个性，香味也能改伴侣传达亲切，熟悉，温柔，渴望的信息。每个人都喜欢香味，不同相位就代表不同的品味。说不定男人就是因为一种香味选择了，也很有可能因为这种香味唤起美好的回忆。  
　　所以女人需要用化妆品，不但是皮肤健康的需要，还是女人魅力的需要，也是美丽心情的使者，更是一个女人品位的一个标志。

**（三）竞争对手的分析**

在中国我们接受了几千年的儒家传统教育，至理名言数不胜数，但有一句让我们无论是在生活还是在营销方向都受益匪浅，“志士不饮盗泉之水，廉者不受嗟来之食”。作为企业更应如此，几十年前，当欧洲工业技术处于领先的时候，日本人甘当工人去学习，然后在别人的基础进行创新。造就了当今长盛不衰的日本工业。在化妆品方面，资生堂也欧洲技术的基础上，结合了亚洲人的皮肤特点进行创新，让其在世界各地倍受青睐;还有DHC的粉底和固体防水香皂，也是欧洲研发的基础上取得的。试用营销已成了化妆品销售的一大创举。

在彩妆方面，国产彩妆卡姿兰也在美宝莲的技术特点结合本国的民风民俗，创立别具一格的民族品牌。以加盟店渗透商场的模式，已被同行所效仿。药妆方面，可采三绝以传统草本养颜配方结合现代的护肤技术才得以壮大。在营销运作上，采取卖场和药店并进前行，效果显著。因此，创新是企业改革的首要前提，不要将更多的精力和财力投入迷惘广告和效仿当中，应更多投入改造符合企业自身特点的创新上，才能更好发挥企业的生存和创新竞争之本。

“诚则交，信则远”。这句已经流传了几千年的至理名言，迄今为止在生活和商界仍被世人传用。其实道理不难理解，如果没有可靠的交往就不可能有长久的相处。从建国至今，我们的酒业出了问题倒下了，我们的假药企业倒下了，我们的牛奶因三聚氢氨也不能幸免。反观国外企业，日本丰田虽然因刹车问题被招回，但企业给客户建立了深厚的信任感。同样是日本资生堂的SK2，因质量问题受到了一时的困饶，但企业很好的反应能力和极大的诚信态度很让企业度过难关。还有微软公司一次因软件的技术问题被招回亏了近亿美金，可微软公司并未被此次事件击倒，相反在世界各地建立起良好的信任度。

**（四）自身条件的分析**

面对如此大的竞争力，我们必须对自己有正确的认识，目前我们的韩美妆公司尚处于发展的初级阶段，没有固定的客源，所以不能太过张扬，要多向其他公司学习经营之道，考察市场，注意产品定位，和价格的控制。看清形势，如果不能固守，则急流勇退。同时还要多向别的公司交流加强区域合作，发挥自己优势，结合其他厂家的长处，寻求合作。在探索中寻求属于自己的新的发展方向，重新进行韩美妆种类的定位。

**二、网站功能定位及目的**

**（一）网站定位**

1．网站类型：韩美妆网站主要是B2C类型的网站。

2．网站语言：简体中文（目前及近期目标）、英文（后期将同期发布英文的字体）。韩美妆的客户层面广，今后面向全国各地和海外客户，致力于内外市场和商机兼顾。因此设计不同的语言界面，会让不同地域讲不同语言的客户有更亲切温馨的感觉。

3．网站风格：主色调选择白色和黑色，要求结构严谨而简洁。页面均提供网站LOGO、全线产品、版权信息、加入我们、购物车、联系信息和留言板。

4．网站属性：垂直型网站

**（二）网站的目的**

1．竞争的需要：国际互联网的用户在迅猛地增长。中国上网用户由1995年的一万户速增至2007年的近3亿用户。这增长速度是全世界范围的普遍现象。

2．可以让公司简介、产品说明声情并茂：通过网站可以很简便地为一段产品介绍加入声音、图形、动画甚至影像，这些不断涌现出来的多媒体技术已让网络世界变得丰富多彩。

3．可以迅速树立企业形象：今天，国际互联网络已成为未来生活的代名词，要显示公司的实力，提升公司形象，没有什么比自己公司独有的网络地址和专用的集团电子邮件地址更有说服力了。

4．可以让客户获得所需的商业信息：在许多你的销售人员未能到达的地方，人们已经可以通过上网这一廉价途径获取你的商业信息，即能使你节约大量不必要的投入，还使你现有客户或潜在客户更满意。

5．可以为客户提供服务：让客户获得所需的信息是为客户服务的重要方法之一。

6．可以销售产品：它可以到达推销员和销售渠道无法到达的地方，并且极大地方便了消费者。

7．可以开拓国际市场：当你想利用互联网走入国际市场之前，外国的公司可能已经用同样的方法了解过你公司的情况了。。

8．可以迅速得到客户的反馈：有了企业网站，有了你的电子信箱系统，极大地方便客户/消费者及时向你反映情况，提出意见。

**三、网络营销策略**

**（一）应用策略**

1．顾客关系的再造：在网络环境下，消费者也有了更多的主动性，面对着数以十万计的网址有了更广泛的选择。为此，网络营销能否成功的关键：如何跨越地域、文化、空间的差距，再造顾客关系，发掘网络顾客、吸引顾客、留住顾客，了解顾客的愿望以及利用个人互动服务与顾客维持关系。

2．定制化营销策略：网络环境下，通过利用网络优势，一对一地向顾客提供独特化、个人化的产品或服务定制化营销提升顾客满意度，成了企业巩固顾客、扩大网上销售的重要战略手段。

3．建立网上营销伙伴：网络营销争取顾客的关键在于如何适时获取、分析、运用来自网上的信息，如何运用网络组成合作联盟，并以网络合作伙伴所形成的资源规模创造竞争优势。

4．网络营销竞争战略分析：要了解这些竞争优势如何给企业带来战略优势以及企业如何选择竞争战略，就必须分析网络营销对组织业务提供的策略机会和威胁。

**（二）企业可以采取以下几个竞争战略提高竞争力**

1.成本领先战略。提供低成本的产品或服务，降低与购买者和供应者之间的交易成本；

2.差异战略。提供与竞争者不同的产品和服务，定位于差异的市场以保持竞争力；

3.创新战略。开发新产品和服务，拓展新市场，建立新的商业联盟、新的分销网络；

**四、网站内容规划**

**（一）前台网站的导航系统**

网站采用全局导航系统，访问者可以清楚了解网站的内部结构，方便他们在不同部门之间跳转。包括：网站首页、前线产品、加入我们、联系我们、购物车、留言板、关于我们。以下是对各个模块的详细介绍。

1．网站首页

网站首页是网站的第一内容页，整个网站的最新、最值得推荐的内容将在这里展示。以达到整个公司的企业形象的和谐统一；在色彩上以黑白为主色调，穿插蓝色，给人清新亮丽的感觉。在内容上，首页有公司的推荐产品信息，并且管理员在后台可以动态更新首页的内容，使整个网站时时充满生机和活力。在设计上，注重协调各区域的主次关系，以营造高易用性与视觉舒适性的人机交互界面为终极目标。给浏览者耳目一新的感觉，吸引浏览者经常访问网站。

2．关于我们

本栏目采用静态页面，主要功能是宣传企业，通过对的基本情况、文化理念、服务、产品的了解，使公司为更多客户所熟悉、信赖。在页面设计上，我们采用灵活运用多种动画效果，力求将我们的公司的企业形象予以最好的传达。

3．全线产品

本栏目为动态，其主要内容就是介绍公司最新产品的种类和价格等。此栏目为整个网站的重要部分。网站采用产品展示系统来管理产品。这样，产品信息的发布非常方便、快捷，而且能给网站访问者提供非常强大的产品快速查找的功能。能够在网上提供在线产品目录，展示所有产品。如果定期更新，客户即可获得最新目录。

详细的产品介绍：提供全面的产品描述，客户可以充分了解所有产品，并灵活地从您的产品线中进行选择，并可在反馈表或网上调查表中提出对产品的看法。

4．加入我们:主要是客户注册会员，拉拢客户。

5．联系我们主要是公司的联系方式、地址、QQ等信息，方便顾客与我们进行联系。

6．购物车:方便用户添加自己想要购买的产品以及购买产品的管理，方便结算。

**（二）后台管理**

主要模块包括：

1．产品管理：

产品管理主要是产品的添加、删除，并可以查询，修改。便于管理员对产品的管理。

2．会员管理：针对每一个注册用户具有申请开户，删户暂时停止使用，查询的功能。同时为区分用户的不同权限，具有权限管理功能，即可以为会员分配权限。用户只能查询或管理自己权限范围内的栏目与发布咨询信息并提供系统用户密码丢失后找回密码的功能。

3．留言板：包括留言的回复，删除，审批。

4．购物车管理：购物车为会员及非会员购买产品后产品的存放区域，购买后的产品暂存于购物车内，可以对购物车内的商品进行修改数量、删除商品等操作

5．公司简介：主要是对公司简介的修改和删除。

6．友情链接：友情链接系统实现网站后台添加、修改、删除友情链接网站的信息，方便对友情链接系统的管理。

7．综合首页：综合性首页，是整个网站的索引，可以将网站的一些重要栏目放在首页，突出网站的整体设计风格。

**五、网站设计流程**

韩美妆

计价结 算

我的收 藏

修改商 品

打折产 品

热销产 品

产品分 类

关于我 们

网站首 页

加入我们

购物车

公司简 介

全线产品

**六、网站建设进度以及具体内容**

根据本网站建设过程中的工作内容和范围，将预备在两周之内建设好本网站。同时合理安排时间，保证网站能够得以顺利完成。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 阶段 | 进度内容 | 进度时间 |
| 一阶段 | 需求分析：对每一栏目的设计及功能要求进行需求调研、分析，最终确定需求。 | 1天 |
| 二阶段 | 系统设计：系统构架设计、模块划分、数据库设计。 | 1天 |
| 风格设计：首页及主栏目风格设计（初步设计）。 | 1天 |
| 首页及主栏目风格设计（修改及确认）。 | 1天 |
| 网页制作及编写程序代码，所有内页设计制作及编写程序代码：初步实现。 | 3天 |
| 所有内页设计制作及编写程序代码：修改及确认。 | 视修改多少和难度定 |
| 三阶段 | 整体测试：与定稿网站的总体测试、调试，最终定稿。 | 1天 |
| 四阶段 | 网站上传并运行：将网站上传至其域名对应的空间下，正式运行网站。 | 1天 |

**七、网站的推广**

1.利用自己的服务对象资源推广网站

网站建好后，首先将它介绍给我们的服务对象。他们对我们的网站是最感兴趣的。因为，他们通过我们的网站可以更方便快捷地了解和查询到我们的信息，可以更加方便地与我们沟通。所以，这些对象是我们网站的忠实访问者。

2.通过搜索引擎推广网站

网站做好后，就去百度上进行搜索引擎登记，让更多检索、查找同行业的人查找到我们的网站。

3.利用自己的网站推广自己的网站

网站建好后，不断更新自己的网站内容，这样会给访问者留下好的印象，增加回头率；把自己的各种服务做到网上，让人们产生访问兴趣。

4.利用其它网站推广自己的网站

与相关网站交换首页广告、友情链接，在全国各大能发布信息、广告、留言及论坛的网站上发布广告信息。

5.利用传统媒体推广网站

适当在报刊、电台、路牌等传统媒体发布网站广告，还可将网址打印在公益广告等宣传资料上，让更多的人了解我们的网站。  
　　通过上述的宣传和推广，我们就可以提高网站的访问率。访问率越高，了解我们的人就越多。我们就可以更好的服务社会，最终达到利用网站产生良好社会影响的目的。

**八、网站的后期的维护管理**

在网站的日常运行中，维护管理是很重要的。除了对活的系统进行必须的监视、维护来保证其正常运作外，管理维护阶段更重要的任务是从正处于实际运营的系统上测试实际的系统性能；在运营中发现系统需要完善和升级的部分；衡量并比对系统较商业目的和需求的成功与否。将所有这些信息整理成一份计划以便于将来对网站系统的增强和升级。以我们真诚的服务、优秀的技术能力、科学的项目管理方法，我们一定能将司网站建设得让客户满意！

**感谢语**

在此毕业设计完成之际，谨向关心、帮助、支持和鼓励我的王国玲老师致以最真诚的感谢和祝福。在本次毕业设计过程中，王国玲老师对该策划从选题、构思、资料收集到最后定稿的各个环节给予了我细心的指导与教导。在百忙之中抽出时间，帮我修改论文，理清思路，指出不足，提出建议使我深受教育和感动。可以说没有王老师的教导，就不会有我的成功。王老师严谨的治学态度、丰富渊博的知识、敏锐的学术思维、精益求精的工作态度、积极进取的科研精神以及诲人不倦的师者风范是我终身学习的楷模。无论走到哪里都不会忘记老师对我的教诲。

**参考文献**

[1]http://china.toocle.com 2011年07月05日09:10 来源：网经新闻生意社07月05日讯

[2]来源：考试吧（Exam8.com）　2011-1-7 12:33:59

[3]http://wenku.baidu.com/view/1ca80b61caaedd3383c4d337.html

[4]http://info.china.alibaba.com/news/detail/v3000103-d1016620424.html