

# 婚庆公司成立策划书八篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/171201.html>

**ECMS帝国之家，为帝国cms加油！**

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 婚庆公司成立策划书篇一

### 第二部分、公司基本概况

- (一)公司基本情况
- (二)公司主要服务内容和范围
- (三)公司核心价值观
- (四)经营理念
- (五)公司宗旨
- (六)经营口号
- (七)经营范围
- (八)公司结构

### 第三部分、项目背景

- (一)婚庆行业的历史
- (二)婚庆行业的背景
- (三)婚庆行业的现状
- (四)我国婚庆行业发展前景

### 第四部分、市场分析

(一)市场特征

(二)市场细分

(三)需求分析

(四)环境影响

第五部分、公司经营战略

(一)总体战略

(二)发展战略

第六部分、公司管理

(一)公司核心成员

(二)公司创新机制

(三)运营管理

第七部分、财务分析

(一)财务假设

(二)股本结构

(三)固定资产表

(四)公司财务报表

(五)公司盈利能力分析

(六)偿债能力分析

(七)运营能力分析

第八部分、机会与风险

(一)机遇分析

(二)风险预测

婚庆公司创业计划书

## 一、计划摘要

### 婚庆公司成立策划书篇二

本婚庆公司是一所有限责任公司，位于廊坊市，组织合理，规划完善，服务到位。在企业新建立时期，打造良好企业形象，进而逐步扩大规模。建立公司网站加大宣传。在企业成长发展时期，以品牌经营，规模发展为主线，创造美好发展前景。在企业稳定成熟时期，注重文化时尚，引领行业潮流。在发展的过程中，我们会坚持顾客至上、一切为了你们的幸福的服务宗旨。您的满意，就是我们最大的快乐。这是一个年轻的团队，是它的热情使生活更加美好。庞大的人口数量是我们的商机，人们对生活质量要求的日益提高是我们发展的动力。但风险是肯定的，对可预估的风险我们一定会做好防范措施，提高危机管理意识。我们利用各种渠道筹集资金，举办最让人回味无穷的婚礼。发掘潜在的巨大市场。

#### (一)基本情况

1、公司名称：某某婚庆公司

2、注册资本：10万

#### (二)主要服务内容和范围

##### 1、创意婚礼规划设计

我们将提供最具创意的中西式婚礼。例如，在这里您可以体验一回做公主，让您的白马王子骑着白马来迎娶或者您也可以做一回格格，八台大轿、敲锣打鼓，也可以有婚纱有教堂有上帝有跑车，风风光光的出嫁。

婚礼现场，我们可根据新人的要求来寻找你们想要的场地，可以是无际原野、宽阔的草坪、神圣的教堂、有格调的酒店(咖啡店)或者视野开阔的山顶等等。我们的目标是：只有您想不到的，没有我们做不到的;你们所要求的，我们努力做到最漂亮的。

婚礼的开场，我们也可以根据新人的要求来设计，但我公司在掌握你们相知相许的全过程中，为新人们寻找他们最意想不到的效果。开场也许是你们一见钟情的场景，也许会再现他向你求婚的瞬间，我们可以把你们彼此的成长历程拍成mv，你们一起牵手走入婚礼的殿堂，欣赏彼此童年的纯真，看着心中的那个他(她)一点一点成熟，一步一步走入自己的生活。

##### 2、婚礼现场配乐

我们公司推荐，传统婚礼音乐：《爱情一百年》、《幸福万年长》、《你是幸福的我是快乐的》、《牵手》;西式婚礼音乐：《梦中的婚礼》、《爱的旋律》、《for the first time》、《i do》、《love will keep us alive》、《my love》;浪漫婚礼音乐：《最浪漫的事》、《明天我要嫁给你》、《月亮代表我的心》、《约定》、《我愿意》、《天使》、《幸福纪念日》、《爱你一万年》;时尚婚礼音乐：《你是我的老婆》、《老婆老婆我爱你》、《小手拉大手》、《中意他》、《小夫妻》、《恋着多喜欢》、《就是爱你》、《给你幸福》、《love is everything》等等。让婚礼现场达到最高潮，只要听到想到看到，脑海里浮现的第一个人，是你的他(她)。

### 3、婚庆迎亲送亲车队

我们公司有最专业的车队，有别克(黑)车队，奥迪a8车队，皇冠车队，法拉利(红)跑车车队，超长林肯，宾利车队。除此之外，我们公司尽量满足你们对车队的要求，例如创意的脚踏车、山地车、花轿等等，只要是您的要求，我们定将把迎亲对做到您满意。

### 4、结婚入影

我们公司有最专业的摄影师，将全程拍摄记录您的婚礼，洁白的婚纱，长长的迎亲车队，简短却发自肺腑的一句“我愿意”，戒指带入无名指的时刻，互拥深吻的热泪，亲戚朋友真心的祝福...同时，我们将抓拍婚礼上的感动瞬间，并将其做成影集赠送于您，让您回味无穷。

### 5、创意喜帖

我们有毕业于著名大学设计专业的专业设计师，为您设计最别致的喜帖。我们的喜帖大致分为六个种类：

简约型——大红色卡烫印金色字，喜庆而不失大方

卡漫型——彩色印刷，以漫画的手法表现新郎新娘的面貌，以此来记录二人相识相知相恋的永恒

写真型——把准新人的婚纱照或者照片印在喜帖上

豪华型——纯金或银色的喜帖，添加不少豪华的感觉，金银代表彼此纯洁的相知相惜的日子

个性型——充满个性的喜帖，可立体可抽象，形状千奇百怪，让你的婚礼难忘到一张小小的喜帖

西欧型——在喜帖上印有英文的字句，充满西方的情调，充分表现出浪漫的感觉

婚礼小礼物：婚礼纪念相册、创意式喜糖、情侣毛巾筷子、心形蜡烛、蜜月旅行券、婚庆蛋糕、陶瓷娃娃等等

### 6、婚礼礼服设计

专业的礼服设计师为您设计专属于您的风格，秀出您的独特魅力与风采。简约、时尚、大方、优雅、婉约、高贵、喜庆、复古、可爱等任何一种风格我们来设计，您来选。使您成为浪漫优雅的希腊女神或圣洁美丽的童话公主。除此之外，我们将提供各种豪华配置，珠宝的点缀，明媚的水钻在黄金亮丽的映衬下彰显出独特的高贵与典雅。让您的婚礼极尽完美。

### 7、乐团/司仪/摄影师/礼仪派遣

我公司有专业的摄影师、丰富经验的司仪、乐团以及礼仪服务人员，我公司可根据顾客的需求派遣专业人员现场拍摄等。热热闹闹的锣鼓队，不同风格的专业司仪，您选择您喜欢!

### 8、婚礼版式分类

我公司可根据您的要求分为：中式豪华版、西式奢华版、中西结合简约版、欧美婉约版、东方温馨版等等版式，供您选择，各种配置任您挑选，也可自行搭配。

#### 副标题#e(三)公司核心价值观

先卖商誉，后卖商品 按时保质，货真价实

全员营销，全程服务 高效行动，创造感动

#### (四)经营理念

没有永远的特色，只有无限的创意

#### (五)公司宗旨

一切为了您的幸福

#### (六)经营口号

牵手一生 与你相伴

#### (七)经营范围：

婚礼主持、摄影摄像、婚纱化妆、场地布置、婚车租赁、鲜花乐队、婚宴组织

#### (八)公司结构

(1) 策划部：负责根据两位新人的要求策划婚礼，包括挑选现场、布置婚礼现场、婚礼进程等。策划部成员中，有擅长策划文化艺术活动者，有专攻策划企业形象和策划新人、婚礼形象。是一支具有操作媒体互动、立体交叉、实施全案策划的高智商团队。策划部有精英八个人，实习生若干。

(2) 组织部：加强各部的联系，对各部组织的总规划进行指导和评估，并配合其他部完成本公司或婚礼其他事务。组织部精干者八个人。

(3) 公关部：负责本公司大型活动的公关接待工作，为本公司进行宣传，并寻求商家合作，为公司营造良好的商业环境。公关部人员形象气质俱佳，有良好的语言表达能力，善于沟通交流。公关部有精英六个人。

(4) 人事部：负责制定公司人事管理制度，提出并实施合理化意见和建议，负责合理配置公司人员总量。负责人事考核考察调动工作，制定劳动人事统计工作制度，负责做好公司员工劳动纪律管理工作。负责编制培训大纲，抓好员工培训工作。人事部成员六人。

(5) 财务部：在本公司一定的整体目标下关于资产的购置，资本的融通和经营中现金流量，以及利润分配的管理。财务部由财务总监、财务部经理、审计主管、会计、助理会计、出纳员等组成。财务部常务人员六人。

(6)行政部：负责贯彻公司领导指示，根据领导意图和公司发展战略，负责起草公司年度计划，负责公司日常行政事务管理，组织安排公司办公会议，负责公司来往信函，收发登记传阅、批示等工作。负责公司保密工作和法律事务，负责前台接待、客人来访迎送等接待工作。以及公司办公设施的管理，做好后勤保障工作，组织安排各种文化活动和旅游活动。行政部下设十人。

(7)后勤部：是以后勤保障为主要的部门，为其他各部门职能能够顺利实现提供物质服务，做好公司保洁工作以及婚礼现场的美化工作。后勤部下设六人。

(8)活动部：主要有司仪队、礼仪服务队、乐团、婚礼摄像等，主要负责婚礼现场各个工作。基本人员五十人。

### 三、项目背景

#### 婚庆公司成立策划书篇三

##### (一)婚庆行业的历史

婚庆行业作为一个古老行业，有着非常深厚的文化底蕴与内涵，婚庆行业作为一个新兴的文化产业，更有着广阔的发展潜力与空间，充满了无限的商机与活力，日益引起社会各界的广泛关注与认同。

婚庆产业集中体现了一个国家、一个民族、一个区域的既传统又现代的婚俗文化特征。而婚俗文化特征中既有传统文化的积淀，又不可避免地受到外来的各个层面的文化的影响。因此婚庆活动过程无不反映出某种特定的文化概念。

##### (二)婚庆行业的背景

从1898年全国第一件洋白沙引入上海，到一时的白婚纱的流行，从以红色吉祥色为主的中式婚礼到几天的中西合璧仪式，甚至更多的个性化婚礼的迈沿。如烛光婚礼，别墅草坪婚礼，教堂婚礼，游轮婚礼乃至潜水婚礼、冰雪混、热气球婚礼，无一不显示着当今青年人的文化气息，在婚礼创新方面追求个性和时尚。正因为婚礼消费的特殊性，便带来了更多的商机。

如今，各种奇异的婚典形式频繁地见于给类媒体，同时也被越来越多的年轻人所接收和认可。喜结良缘无疑是人生的一大喜事，但操办婚典却令人头痛。要把喜事办的隆重热闹而又体面省钱，自然少不了东奔西跑，随之专门提供婚庆服务的婚庆公司应运而生。

自上世纪90年代起，化妆、司仪、摄影摄像、场景布置等婚礼服务正逐渐形成，走向成熟，大大小小的婚庆公司如雨后春笋般茁壮成长，从10家左右增长到现在的100多家公司，从事婚庆这一行业的人员也越来越多。如何建立良好的竞争环境，加强行业自律，提倡在竞争中完善竞争法则，反对各种形式的不正当竞争，在市场竞争中球的这个行业的健康和持续发展，成为这一行业亟待解决得首要问题。

##### (三)婚庆行业的现状

随着婚庆市场的快速发展，现已经形成了“五一”“十一”两个大的婚庆市场消费旺季，各地的婚纱摄影、婚礼服务、婚宴场所、蜜月旅游等企业早在每年的2、3月份和7、8月份就开始为这两

大结婚旺季策划筹备。

#### (1)产业链逐步形成

我国结婚产业在婚礼服务、婚纱摄影、婚纱礼服生产、婚宴服务四大行业龙头企业带动下，76个关联行业相互连接，逐步形成了以结婚消费产品和服务为核心的行业集群。婚庆消费市场的婚纱礼服、婚纱摄影、婚礼服务、婚宴、珠宝首饰等行业的发展日趋成熟，并与新婚消费的其他行业如家电、家具、床上用品、室内装修、房地产、汽车、银行保险等40多个关联行业，逐步形成令人瞩目的婚庆产业链，充满了巨大潜在商机。

#### (2)总量规模

各地的婚纱摄影、婚礼服务、婚宴场所、蜜月旅游等企业早在每年的2、3月份和7、8月份就开始为这两大结婚旺季策划筹备。各种婚纱摄影、婚礼服务的企业数量持续增加，市场供给总量有所扩大。依据中国婚博会对相关行业专家的调研，全国婚纱摄影楼平均每年以10%的速度增加，影楼婚纱销量每年至少以20%的速度递增。

#### (3)企业规模

中国结婚产业的主要行业企业的规模较小，从业经营者水平参差不齐，从从业平均人数来看，全国各城市的婚庆企业的平均从业人员均很少，婚礼策划企业平均每家从业人员10人左右，婚纱摄影企业平均每家40-60人，一些婚庆公司甚至只有一间办公室四处到处联系分项服务。尽管婚纱礼服生产企业具有大中型企业，但除中国潮州、厦门等大型生产基地外，手工定制和家庭作坊式的小型企业还是占大多数。为了对行业从业人员进行规范，提升从业者的专业素质，2004年4月底，中国社会工作协会婚庆行业委员会出台一项政策：从2004年开始在国内婚庆行业推行婚庆策划人、主持人持证上岗制度。中国社会工作协会婚庆行业委员会出台一项政策，规定2004年五一前夕开始在国内婚庆行业推行婚庆策划人、主持人持证上岗制度。

#### (4)区域市场结构

婚庆行业消费的区域性特点非常明确，婚庆产业的区域性特点也很明确，在全国各地区都有自己知名的婚庆策划公司、婚纱摄影公司，在当地市场已经形成了一定的知名度和良好的口碑。区域分布上，结婚产业各行业的企业产品销售和服务区域性很强，很少出现跨地区经营的大型连锁企业。服务企业主要集中在北京、上海等相对发达城市，生产企业主要集中在沿海及发达的大中城市，在小城市的分布较少。

#### (5)地域性的行业品牌正在形成

由于结婚产业是一个新兴的服务行业，除原来相关行业的迁移品牌外，真正全国性结婚产业品牌各地尚未形成，但一批在当地市场份额大、具有竞争优势的行业领先企业，正在逐渐形成行业品牌，优势企业主导的行业整合将提升市场集中度和行业整体盈利水平。近年来在北京、上海、广州、深圳等新婚消费能力很强的地区，已经出现了连锁经营的服务企业，这涉及到婚纱礼服、婚纱摄影、婚礼服务等方面。例如色色摄影、金夫人摄影等知名影楼早就实现了全国连锁、本地分区布点的格局。

### 四、市场分析

## 婚庆公司成立策划书篇四

### (一)总体市场营销计划

(1)在企业新建立时期，加大宣传力度，全力做好公关工作，提高企业知名度，为打造良好的企业形象奠定坚实的基础。创建公司网站，以更好地宣传。

(2)在企业成长发展时期，致力企业的业务扩展与品牌的建立，吸引投资以扩大企业规模，吸引优秀人才的加入，为企业创造良好的发展前景。

(3)在企业稳定成熟时期，进行人文化管理，注重企业文化的培养，保持特色，探索竞争优势，做行业的领导者。

### (二)发展战略

(1)市场饱和策略：在一定的时间和地域内快速布局，达到门店量最大化，使市场迅速饱和，不给对手留有任何机会。

(2)人才策略：商业的竞争从某种程度上讲就是人才的竞争，重视人才，尊重人才。公司里的每一位员工都是我们的合作伙伴，我们公司是一个大团队的人为了实现共同的杰出目标而组成的，每个人都要受到尊重和尊严的待遇。

(3)服务质量满意度评估策略：为了更好地完善我们的服务，为了让我们的新人感受到更多的甜蜜与幸福。在每次举办婚礼后我们都要对顾客进行满意度的测评。以便我们更好地为您服务。

(4)信誉品牌策略：在我公司开展前期，坚持将品牌战略到底，坚持公司经营理念以及公司信誉，坚持顾客为先，尽最大努力满足顾客需求，因为我们一次的努力换来他们一声甜蜜的回憶。

## 六、公司管理

### 婚庆公司成立策划书篇五

#### (一)机遇分析

(1)中国乃世界第一人口大国，资源甚是丰富，每天结婚的人不计其数，而且每个人对自己的婚礼都是十分的重视，那客户源就很多；

(2)目前大多是现代的婚礼，而有中国特色的婚礼，又能满足大家对新鲜事情的好奇心，市场潜力大；

(3)市场潜力大，首先大力做好公关宣传，一炮打红，市场潜力即刻爆发。

#### (二)风险预测

(1)选择经营场地的地理位置与婚庆公司的性质是否合理；



(2)对竞争对手的了解不足;

(3)实际投资超过预算;

(4)人们是否接受并欢迎这一观念;

(5)市场饱和后的困境;

通过我们的努力，相信我们会成为一家著名的婚庆公司，在帮助别人完成人生中一场重要仪式的同时，也让我们对爱情这一古老而常新且永恒的话题。

## 婚庆公司成立策划书篇六

### (一)财务假设

本公司设在河北省廊坊市。廊坊市政府鼓励大学生进行创业，对大学生创业有许多优惠政策。

### (二)股本结构

资金投入图和股本结构图

股本 资金数量 所占比例

某某 2.5万 25%

某某 2.5万 25%

某某 2.5万 25%

某某 2.5万 25%

### (三)固定资产表

项目 单价 数量 总计

电脑 4000元 1台 4000元

沙发 800元 2套 1600元

办公桌椅 300元 4套 1200元

电话 100元 2台 200元

服装、工作牌 200元 4份 800元

其他 3000元 3000元

总计 10800元

(四)公司财务报表

(1) 利润表

利润表

编制单位: 某某婚庆公司 2013年2月

单单位：元

项目 行次 本月数 本年累计数

一、主营业务收入 1 80933 80933

减：主营业务成本 4 55113 55113

营业税金及附加 5 0 0

二、主营业务利润(亏损以“—”号填列) 10 25820 25820

加：其他业务利润(亏损以“—”号填列) 11 0 0

减：销售费用 14 250 250

财务费用 15 0 0

管理费用 16 3500 3500

三、营业利润(亏损以“—”号填列) 18 22070 22070

加：投资收益(亏损以“—”号填列) 19 0 0

营业外收入 23 0 0

减：营业外支出 25 0 0

四、利润总额(亏损以“—”号填列) 27 22070 22070

减：所得税 28 0 22070

五、净利润(亏损以“—”号填列) 30 22070 22070

补充资料：

当期分配给投资者的利润

(2) 资产负债表

资产负债表

会小企01表

编制单位：某某婚庆公司 2011年11月 单位：元

资产 行次 月初数 月末数 负债及所有者益 (或股东权益) 行次 月初数 月末数

流动资产: 流动负债:

货币资金 746500 823683 短期借款

交易性金融资产 交易性金融负债

应收票据 应付票据

应收账款 应付账款

预付账款 预收账款

应收利息 应付职工薪酬

应收股利 应交税费

其他应收款 应付利息

存货 200000 144887 应付股利

其中：消耗性生产物资 其他应付款

一年内到期的非流动资产 一年内到期的非流动负债

其他流动资产 其他流动负债

流动资产合计 946500 968570 流动负债合计 0 0

非流动资产： 非流动负债:

可供出售金融资产 长期借款

持有至到期投资 长期债券

长期应收款 长期应付款

投资性房地产 专项应付款

长期股权投资 预计负债

固定资产 53500 53500 递延所得税负债

在建工程 其他非流动负债

工程物资 非流动负债合计 0 0

固定资产清理 负债合计 0 0

生产性生物资产 所有者权益(股东权益)：

油气资产 实收资本(或股本) 1000000 1000000

无形资产 资本公积

开发支出 减：库存股

商誉 盈余公积

长期待摊费用 未分配利润 22070

递延所得税资产 所有者权益(或股东权益)合计 1000000 1022070

其他非流动资产

非流动资产合计 53500 53500

资产总计 1000000 1022070 负债和所有者权益(或股东权益)合计 1000000 1022070

### (3) 现金流量表

现金流量表

编制单位：某某婚庆公司 2013年 单位：元

项目 行次 注释 金额

#### 一、经营活动产生的现金流量

销售商品提供劳务收到的现金 922885

收到的税费返还 0

收到的其他与经营活动有关的现金 0

现金流入小计 922885

购买商品接受劳务支付的现金 600000

支付给职工以及为职工支付的现金 38555

支付的各项税费 0

支付的其他与经营活动有关的现金 1802

现金流出小计 640357

经营活动产生的现金流量净额 282528

## 二、投资活动产生的现金流量

收回投资所收到的现金 0

取得投资收益所收到的现金 0

处置固定资产无形资产和其他长期资产而收到的现金净额 0

收到的其他与投资活动有关的现金 0

现金流入小计 0

购建固定资产无形资产和其他长期资产所支付的现金 0

投资所支付的现金 0

支付的其他与投资活动有关的现金 0

现金流出小计 0

投资活动产生的现金流量净额 0

## 三、筹资活动产生的现金流量

吸收投资所收到的现金 600000

借款所收到的现金 0

收到的其他与筹资活动有关的现金 0

现金流入小计 600000

偿还债务所支付的现金 0

分配股利利润或偿付利息所支付的现金 200000

支付的其他与筹资活动有关的现金 -

现金流出小计 200000

筹资活动产生的现金流量净额 400000

四、汇率变动对现金的影响 0

五、现金及现金等价物净增加额 682528

#### (五)公司盈利能力分析

盈利能力指标

2013年2月17日

a. 总资产报酬率(%) 38.98

b. 净资产收益率(%) 28.39

c. 资本金收益率(%) 62.68

总资产报酬率=(利润总额+利息支出)/平均资产总数

净资产收益率=净利润/平均资产

资金收益率=净利润/平均实收资

a. 总资产报酬率是用来衡量企业运用全部资产获利的能力

b. 净资产收益率体现了投资者进入企业的自有资本获取净收益的能力

c. 资本金收益率反映了投资者投入资本金的获利能力

#### (六)偿债能力分析

因牵手一生婚庆公司在第一期投资中大多数资本来自于自筹和法人募集，没有长期借款，所以这里暂不做分析。

## (七)营运能力分析

年份

项目 2011年11月17日

应收帐款周转率 5.49

流动资金周转率 1.65

应收帐款周转率=销售(营业)收入净额/平均(应收)帐款余额

流动资金周转率=销售(营业)收入净额/平均流动资产总数

a.应收帐款周转率是评价公司应收帐款变现速度和管理效率的，我公司在创业之初，对资金需求较大，在应收帐款的管理方面非常严格，从第二年起开始有所松动，为了获得更多的赊帐收入。

通过上述的财务分析可以表明我公司具有低风险的特性，同时在保证一定投资规模的情况下，具有迅速扩张的特点，抢先强占婚庆市场，做二十一世纪婚庆市场的领航者。

## 婚庆公司成立策划书篇七

(一)公司核心成员：某某、某某、某某等

(二)公司创新机制

本公司着眼发展以下几个方面的创新：

(1)观念创新

创新是一公司成功的灵魂，是公司可持续发展的不竭动力。公司的发展是需要以不断的创新与变革来维护的，要想生存就不能停止创新，停止折腾。而一切的创新都源于人的思想观念的创新，所以观念的创新更处于公司创新的先行地位。公司只有观念创新了，公司才能得到长足的发展。

(2)文化创新

根据公司本身的性质和特点形成公司共同价值观的企业文化，并不断创新和发展。组织员工进行公司文化发展大讨论，激发员工对公司文化的新认识。

(3)服务创新

通过对各类信息的整合，向顾客提供全方位，立体式的服务，同时建立起公司独特的服务方式，让顾客感到我们的专业化，综合化。树立起一切为了顾客，为了一切顾客，为了顾客的一切的服务观念。

(三)运营管理

公司的主营业务有婚礼主持、摄影摄像、婚纱化妆、场地布置、婚车租赁、鲜花乐队、婚宴组织。各项服务的提供方式如下：

(1)婚礼主持：婚礼主持方面我们采用两步走战略，在公司创业初期，与其他司仪培训中心，在市场上寻找一些较有名气的，经验丰富的婚礼主持达成合作意向。公司一旦接到婚庆业务就立即联系婚礼主持人，确定时间地点，价格一般为1000至2000不等。在公司发展中后期，将会由我们公司自己成立婚礼主持培训中心，培训出自己公司的签约主持人。我们会邀请语言，礼仪方，主持方面的专家作为主讲人。

(2)摄影摄像、婚纱化妆：这两方面，我们将依托资源，自己招聘摄影及化妆方面的员工，并安排人员对他们进行培训，我们也将通过与职业学校的联合办学，吸纳化妆方面的优秀学生做重点培养，合格者直接加入公司。

(3)场地布置：为节省成本，我们在淡季采用公司员工轮流负责场地布置，此项工作技术含量不高，短暂培训后即可上岗操作。在旺季及节假日，我们将会在高校招聘临时兼职的大学生，由两位左右的公司员工带领六名左右的大学生成为一个场地布置小组。对部分优秀的大学生，建立长期合作关系，一旦公司需要人手则优先录用他们。

(4)婚车租赁、鲜花乐队：这两方面我们不自设部门，我们将会使用与其他婚庆公司长期合作的租赁公司及鲜花店，因为这些公司与我行业关系良好，价格相对合理，并比市场价略低，公司向汽车租赁公司下订单后，汽车租赁公司直接将车开到鲜花公司进行汽车的装饰，之后再按公司要求开到指定地点。

(5)婚宴组织：目前婚庆公司的服务中并不包含婚宴的预定，这就需要新人与酒店进行磋商，但目前很多酒店为了多获得利润，往往在酒席中缺斤短两，或采用质次的原材料，蒙骗消费者。所以我们公司将会对有需求的顾客提供婚宴咨询服务，同时也会安排资深婚宴顾问陪同顾客前去预定酒席，以免上当受骗。

## 婚庆公司成立策划书篇八

### (一)市场特征

婚庆公司是指能够承接婚礼策划实施的专业机构，主要的目标消费者是初涉爱河的未婚男女。目前，婚庆公司逐步发展为集喜庆文化研究与传播、传媒建设、喜庆用品开发及连锁经营于一体的大型企业集团。

婚庆行业属于服务行业，被服务过程属个人行为，口碑宣传是最有效的宣传方式。我们公司首先根据自己的生活要求选择开设的业务，同时会受地方习俗、宗教信仰、地域差异等因素的影响。

婚庆公司属服务类，服务类管理机构制定的政策法规会对其发展产生重要影响。开设婚庆公司的证件主要是《企业法人营业执照》、《税务登记证》、《组织机构代码证》、《验资报告》等。

### (二)市场细分

我公司根据市场需求的多样性和差异性，建立特色的市场细分以便选择确定自己的目标市场。



(1)将婚庆文化、爱情和婚姻价值观等文化内涵的传播作为品牌的营销方向。

据了解，目前市场上大部分婚宴酒在推广过程中，仍然着重强调两个方面的工作；一是，保证渠道各环节经销商有较高的利润保障，有推广的积极性；二是，开展各种超强力度的消费者促销，吸引消费者购买欲望(如送饮料、红酒和婚庆礼包等)。虽然它们也会在三婚渠道跟风做一些工作，但由于产品本身缺乏品牌内涵与差异化，仅仅是抓新人资料，实质上仍然是卖产品。这种推广行为根本不顾产品本身的形象塑造与品牌价值体现，最终造成品牌的昙花一现。而这种现象却也显示出了婚宴酒在促销力度上的竞争有多么激烈了。为了在竞争中立于不败之地，我们公司开始在营销定位上摒弃传统的卖产品和形文化策略，转而将婚庆文化、爱情和婚姻价值观等文化内涵的传播作为品牌的营销方向。

(2)适时适地的推出特色服务，吸引各类被服务人群

对于特殊的日子，例如五一、十一等结婚高峰期，同时也可以根据不同地域的人群，我公司推出极具诱惑力的婚庆服务，除了传统的特色酒店婚礼、户外草坪婚礼，还包括庄园婚礼、海外蜜月度假婚礼的特色服务，让消费者有更多的选择。为了开拓更广阔的市场我公司的特色服务还包括周年庆典活动，例如，金婚、银婚、钻石婚的纪念活动，让老人也能体验新时代的浪漫。总之，做到适时适地的改变自己的方案和业务，去满足更多需求的顾客。

(三)需求分析

随着我国国民经济的快速增长，城乡居民生活水平的日益提高，人民群众对生活质素的不断提高，以及人们对现代社会时尚追求，使得大众生活中婚庆习俗在不断产生变化，从而诞生了有一定规模符合我国国情的婚庆市场，通过这一市场不断完善和扩大，必定使中国婚庆文化走向更个性化和时尚化，这已成为当今社会的又一流行趋势。

(1)新婚消费需求现状

全国结婚产业调查统计中心2006年3月发布的《中国结婚产业发展调查报告》显示，我国最近5年来平均每年全国有811.36万对新人登记结婚，其中仅城镇新人在婚礼上的消费就达4183亿元人民币。目前全国每年结婚新人近1000万对，仅北京市2006年就有17万对新人注册结婚。新婚人群愿意把积蓄的31%用于婚庆有关的消费。由于受2005年盲年观念影响，2005年结婚数量下降，2006年受“07猪宝宝”观念影响，结婚数量大幅增加至946万对，增幅为14.8%，其中北京从05年的9.7万对增长到17.1万对，上海从10.5万对15.8万对。

在新婚消费方面，88.4%的新人需要拍摄婚纱照；49.14%的新人计划请婚庆公司为他们举办婚礼；78.74%的新人准备到酒楼举办婚宴；36.83%的新人要为新娘购买婚纱；67.66%的新人安排蜜月旅游。在结婚人群保持稳定的基础上，目前婚庆消费总额还在不断增长。婚庆这一朝阳产业已显示出巨大的发展前景。婚庆消费总额的不断增长，为从事婚庆产业的上下游企业带来了巨大商机。

(2)新婚消费结构

统计显示，全国每对新人消费结构为：影楼婚纱照3526元，结婚珠宝首饰5659元，婚纱礼服2008元，婚庆礼仪7464元，喜宴水平(不含酒水)1030元/桌，新居装修5.6289万元，蜜月旅游9304元，家用电器16533元，家具17263元；则这些新婚消费已达138646元。数据加权统计表明，如果不算购买新居和家用轿车的话，我国城镇居民的新婚消费主要是新居装修(44.75%)、新居用品(含电器和

家具, 26.86%)及婚庆宴请(12.89%), 占总消费的84.50%, 其中新居装修和新居用品属于长期受益性消费。其它消费项目中, 蜜月旅游、珠宝首饰、婚礼庆典、婚纱摄影、婚纱礼服等真正结婚消费不足15.5%, 仅1.9480万元, 与国外消费的比例仍属较小, 增长空间较大, 而且其中珠宝首饰仍可属于保值性投入。

在结婚消费项目选择上, 2006-2007年新人对仅结婚才需要的主要服务和产品选择中, 其首选为婚纱摄影(85.6%的新人需要拍摄婚纱照);其次为婚宴服务(78.74%的新人准备到酒楼举办婚宴);然后依次为婚礼服务、蜜月旅游和购买婚纱, 即56.2%的新人计划请婚庆公司为他们举办婚礼;46.4%的新人将安排蜜月旅游;36.6%的新人要为新娘购买婚纱。

#### 新人结婚典礼选择项目

婚庆项目 占比(%)

需要拍摄婚纱照 88.4

计划请婚庆公司策划婚礼 49.1

酒楼举办婚宴 78.7

新娘购买婚纱 36.8

蜜月旅游 67.7

#### (四)我国婚庆行业发展前景

- (1) 走在时尚的前沿：当今社会的人们追求流行与时尚，这将极大的促进庆典行业的发展，使这个行业走上可持续发展的道路；
- (2) 服务范围广：虽然不是日杂销售，但是无论什么样的人群，一生中总是会接触到几次庆典活动，因此庆典并非是为特殊人群设计的，而是大众行业；
- (3) 历史与创新：庆典行业即使一个古老的行业，又充满了新颖时尚的生命力。古老是因为从人类存在以来就有着各种不同形式的庆典；而新颖时尚则是指庆典的形式和庆典行业的经营模式。由于行业的特殊性，需要我们既要保持古老的传统又要不断创新，因此庆典行业有着极大的提升空间。
- (4) 庆典行业向多元化发展：多种文化元素融合，使庆典的形式和内容更加丰富；个性化、多元化成为都市人群的新潮流；
- (5) 婚庆产品的丰富：随着社会的发展，人们对庆典的质量也越来越高了，高科技技术、数码产品也逐渐广泛运用到庆典行业中。

据国家宏观调查的资料表明，农村每对新人结婚费用在2-10万元，城市大约在8-25万元。其中光婚礼消费就占全部费用的1/5-1/6。从最初结婚时简单地照一张二人合影，亲朋好友吃顿婚宴，到现在照成套的婚纱照，参加专业婚庆公司组织的庆典，可见国人婚庆观念已经有了很大的变化。

而且半数以上的新人将吉日选在“五一”“十一”、元旦、春节期间，这必然形成结婚高峰期。结婚人数增多，促使了婚庆生意的日益火爆。如果我们牵手一生婚庆公司能够提供优质的服务，定会分得婚庆市场的一块蛋糕。

### (3)结婚消费需求的发展趋势

尽管全国许多机构都先后对结婚消费进行过调查，但缺乏全国性的连续调查和报道。为此，这方面的数据零星、不系统。我们力求从宏观上加以描述。

1. 结婚消费项目增加，62.9%的新人表示要举行婚庆，婚庆的档次也有较大提升，婚礼现场的灯光、音乐、司仪等标准也节节攀升婚车档次一溜排的宝马、凯迪拉克等高档婚车在大街上也能看见;对婚宴气氛和质量提出更高的要求

2. 结婚消费范围不断扩大，新娘婚纱从以往租用型，变成了挑新款买回家，婚礼现场的灯光、音乐、司仪等标准也节节攀升

3. 现代人的婚礼正由“物质型”向“精神型”转变，新郎新娘越来越多地关注文化层面，更加追求时尚、健康、文明，个性化、时尚化越来越强化

4. 结婚年龄愈来愈大，结婚人数将逐渐下降，在2008年迎来一个新高峰;婚纱照整体市场规模略有扩大，但增长的原因主要是因为新婚夫妇数量上的增加。

5. 我国的新婚消费集中在节假日，传统观念对结婚择日仍有影响

6. 经济发展较快的城市里，婚礼出现了新的变化，婚礼的形式、内容、地点变得多样化、个性化;

7. 婚庆从“攀比风”、“炫耀风”到流行“婚事应该从简”的观念，目前随着社会经济的发展，又转换成在经济承担能力之内的婚庆行为，得到认可。

### (四)环境影响

作为一个朝阳产业，目前我国每年有约1000万对新人喜结良缘，新婚人群愿意把积蓄的31%用于婚庆有关的消费!全国每年因婚礼当日而产生的消费接近3000亿元!政府对于婚庆行业的支持力度也在不断加大，但同时由于婚庆行业处于起步阶段，没有行业规范，其中部分婚庆公司不正当竞争，蒙骗顾客，使得顾客对整体信任度下降。

政府与2009年12月份发布了关于婚庆的国家新出台了法律~首部《婚姻庆典服务》国家标准，该标准对婚庆服务的服务内容、婚礼仪式开始时间和举行地点、服务项目、服务费用、双方主要权利义务、双方违约责任等十多项条款进行约定。后面国家也会陆续颁布更多关于婚庆行业的法律规范。此举也会对婚庆市场的规范性起到推动作用。让婚庆行业走上正规化，标准化的道路。

## 五、公司经营战略

更多 范文大全 请访问 <https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发