

全国商务人员专业技能考评委员会 | 指定婚庆培训教材

中国 婚庆培训教程

Wedding ceremony

——婚礼策划、主持、经营、管理实用指南

Zhongguo hunqing peixun jiaocheng
hunlichehua zhuchi jingyin guanli shiyong zhinan

主 编 / 陆燕屏

副主编 / 曹如华 胡 韬

主编单位：全国商务人员专业技能考评委员会
香港民丰金头脑婚庆礼仪培训中心
北京东环廊文化发展有限公司
深圳市簪杜鹃文化传播有限公司

山西出版集团
山西科学技术出版社

全国商务人员专业技能考评委员会 | 指定婚庆培训教材

中国 婚庆培训教程

Wedding ceremony

——婚礼策划、主持、经营、管理实用指南

Zhongguo hunqing peixun jiaocheng
hunlichehua zhuchi jingyin guanli shiyong zhinan

主 编 / 陆燕屏

副主编 / 曹如华 胡 韬

主编单位：全国商务人员专业技能考评委员会
香港民丰金头脑婚庆礼仪培训中心
北京东环廊文化发展有限公司
深圳市箴杜鹃文化传播有限公司

图书在版编目 (CIP) 数据

中国婚庆培训教程——婚礼策划、主持、经营、管理实用指南/陆燕屏主编. —太原: 山西科学技术出版社, 2011. 1

ISBN 978 - 7 - 5377 - 3762 - 3

I. ①中… II. ①陆… III. ①结婚—礼仪—中国—技术培训—教材②结婚—服务业—商业经营—技术培训—教材 IV. ①K891. 22②F718. 9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 176420 号

中国婚庆培训教程 ——婚礼策划、主持、经营、管理实用指南

主 编 陆燕屏

副主编 曹如华 胡 韬

编辑部电话 0351 - 4922135 4922072

发行部电话 0351 - 4922121 4956025

出 版 山西出版集团·山西科学技术出版社

地 址 太原市建设南路 21 号

邮 编 030012

发 行 山西出版集团·山西科学技术出版社

经 销 各地新华书店

印 刷 山西出版集团·山西人民印刷有限责任公司

开 本 880mm × 1230mm 1/16

印 张 23.75

插 页 0.75 印张

字 数 450 千字

版 次 2011 年 1 月 第 1 版

印 次 2011 年 1 月 第 1 次印刷

印 数 1 - 4000 册

书 号 ISBN 978 - 7 - 5377 - 3762 - 3

定 价 68.00 元

如发现印、装质量问题, 影响阅读, 请与发行部联系调换。

《中国婚庆培训教程》编写委员会名单

主 编：陆燕屏

副主编：曹如华 胡 韬

编 委（按姓氏笔画排列）：

于颖娜	马 海	王本强	王平海
王炳森	王樱霏	白文喜	吉松涛
朱宗英	齐东翔	齐炳义	齐炳国
孙光英	克文广	杨 明	李锦江
李福友	张 颖	张海涛	陆志华
陈 涛	孟一林	赵庆魁	赵晓培
胡 伟	胡 明	钟桂丽	姚志刚
贾 林	海 风	常久青	董晓宏

我与婚庆（代序）

斗转星移。中国婚庆业自1990年起步，到现在已经走过了20个春秋，我也伴随着中国婚庆业的迅猛发展而逐渐成长。



创造紫房子结婚时代，秉承传统和婚礼文化

1990年，我从北京市总工会调到北京市纺织局，是年开始筹办紫房子婚庆公司，并担任紫房子第一任经理。那时，婚庆的概念在中国还很陌生，婚庆服务还是一片处女地。我们召开有全国工青妇组织、北京市政府政策研究室领导参加的“婚庆市场考察会”，制定了推动婚俗改革、促进文明建设、引导适度消费的婚庆服务宗旨。

那年，我38岁生日刚过，朝气蓬勃，充满生机。我亲自跑图书馆、查找资料、撰写婚礼方案和主持词汇；亲自跑市场、了解相关行情、确定婚庆收费。

我谈的第一场婚礼，新郎名叫王刚，从日本回国结婚。他告诉我：新娘是北大宾馆的骨干，单位要免费为他们办婚礼。16岁参加工作的我，从工厂到机关，从来没有搞过经营，谈钱更是胆怯。但是，凭着我的热情，在一番婚礼流程介绍后，他硬是把单位要免费办的婚礼“挪”到紫房子办。当然，婚事新办的中西合璧式婚礼，令新人及来宾耳目一新，新郎还专门为我们送来锦旗和贺信。

现在，中国婚庆业都知道“北京有家紫房子”，却不知道“紫房子”为什么“一炮打响”？紫房子婚礼为什么受新人青睐？紫房子结婚现象是如何在全国发展的？

我们应该感谢紫房子“吃螃蟹”的婚庆业前辈。

查季麒先生是紫房子的奠基人，他提出了紫房子要学习前门“大碗茶”的创业精神、“利康”搬家公司的服务品质、“利声”体育用品公司的品牌理念，紫房子要向社会奉献“美”和“爱”。

曹苏林，紫房子副总经理，我们如同亲密的姐妹。我们一起作婚礼策划、作市场规划。我们一个“仗”接着一个“仗”地打，紫房子“第50场婚礼”“第100场婚礼”“第200场婚礼”；紫房子“长城婚礼”“天安门城楼婚礼”“国旗





下的婚礼”，以及“森林婚礼”“园林婚礼”、“海上婚礼”；我们在中南海为中央首长举办婚礼；在北京电视台“同系中华情”春节晚会举办 100 对集体婚礼；在人民大会堂举办“劳动模范集体婚礼”。每一场婚礼都有中央和北京市领导主婚、证婚，都有电视台、新闻媒体采访报道。

当初与我一同“吃螃蟹”的还有美工李文一、摄像师刘小军。我还清楚地记得文一设计“紫房子”婚礼背景的工作状态，记得小军躺在地上为新人抓拍的情景。初办紫房子的第一年，我们谈婚礼，谈得嗓子说不出话，忙活得都瘦了。

我们的付出，赢得了赞誉。北京市领导李志民称赞“紫房子是精神文明建设的窗口”，国内各大媒体称赞“紫房子是温馨幸福的象征”，国外记者称赞“从紫房子可以看出中国改革开放再继续”。

当读到这里，大家可以看出，我对紫房子那份执着的爱，这种爱是一般人无法理解的。在这里，我引用《北京青年报》对紫房子婚礼的评价：球星马拉多纳结婚用专机接送贵宾，新娘一身衣服花 8 000 美元，经济上可谓高消费，场面可谓豪华。但文化气氛之浓重，情义之诚，比不上紫房子的婚礼。紫房子举办的婚礼为结婚消费、婚礼仪式打开了一个全新的窗口，比那些单纯攀比物质，单纯酒灌新人，显示权钱的婚礼，要深情、高雅、文明、健康得多。“多情自然少奢华”。

我们创造了紫房子结婚时代，秉承了传统的婚礼文化。而中国婚庆业从 1990 年到 1998 年的发展阶段，表现的主要特征就是“婚礼文化现象”。



培育东环廊品牌婚礼，引领时尚和个性需求

我从事婚庆事业的第二个阶段：1996 年我调到全国妇联（中华全国妇女联合会），在中国妇女儿童事业发展中心担任婚庆部部长。最初的几年，我与中国妇女儿童事业发展中心的同志组织了一些国际和国内妇女、儿童方面的会议和展会，为以后在全国举办婚庆论坛、各类大赛和婚庆活动积累了经验。在全国妇联真正做婚庆是从 2001 年开始的，我一手抓“婚礼”，培育了东环廊品牌婚礼，引领时尚和个性需求；一手抓“产业发展”，倡导婚庆产业发展，建设产业联盟机构。

中国婚庆业自 1999 年，由“婚礼文化”进入“婚庆市场”阶段，婚庆公司迅速增加，价格之争和广告现象的竞争激烈。此时期，我改变传统保守的经营方式，运用现代科学管理，加大广告力度和网络宣传，聘用文化人、年轻人经营东环廊婚礼。

2001 年应韩国东亚电视台李泰衡台长的邀请，我赴韩国参加“中韩建交 10

周年和平友好婚庆考察”。2002年3月与日本东京婚庆专家交流，在“首届中国婚庆消费与发展高峰会”上，推广日本白色主题婚礼。2002年6月，我率领全国50家婚庆公司到上海学习，亲自动笔改写我于1990年撰写的“紫房子中西式婚礼”，推出“时尚烛光婚礼”，首先在东环廊婚礼上实施，直至2004年在北京开始流行。

在2004年“首届中国婚庆主持人大赛”上，我提出“中国婚礼的革命”的理念：创品牌、创风格、创门派。强调品牌意识、品牌战略、品牌形象；倡导婚礼的文化风格、艺术风格、区域风格，“喜庆”和“煽情”；在婚礼主持词汇、模式，以及音乐、背景、道具上有所创新和突破。

东环廊精心设计、精心策划、精心实施，四大色彩主题婚礼被授予“2005经典策划”；中国长城集体婚礼为“传统保留项目”；中国南通空中婚礼荣获“吉尼斯”证书。东环廊已经举办中国长城婚礼27届；青岛“海之恋”婚礼25届；海南三亚集体婚礼23届；云南旅游结婚12届，举办意大利、欧洲、香港等地旅游结婚也都非常成功。



倡导婚庆产业发展，建设产业联盟机构

在经营紫房子和东环廊婚庆的过程中，我作为在职的国家干部，从不懂经营到学会经营，从不会管理到学会管理，更难能可贵的是：总是走在中国婚庆业改革发展的前列。

1992年，我们与国家民政部婚姻管理司在北京紫房子联合举办“首届中国婚庆座谈会”，全国100多家婚姻登记单位观摩推广紫房子婚礼。

1993年，我们与中国婚姻家庭研究会在青岛联合举办“首届中国婚庆企业会议”，经中国婚姻家庭研究会批准，成立了“中国婚庆行业联合会”，制定了章程，领导了1993~1996年那个时期在全国各大城市创办发展婚庆项目的工作。

1994年，我们与全国妇联《婚姻与家庭》杂志社联合举办“我谈婚礼”的专题讨论；与《北京工人报》报社联合开办“话谈紫房子”专栏，讨论婚俗改革、婚庆服务。

这些丰富多彩的活动，无疑加快了紫房子在全国迅速走红的步伐。中国婚庆业在今天反映的诸多发展现象，早在上世纪90年代，具有创新和前卫思想的紫房子人就已经想到了，并且实践了。

2002年，全国妇联中国妇女儿童事业发展中心联合中国社会工作协会婚姻工作委员会，召开了具有时代意义的“首届中国婚庆消费与发展高峰会”。引进日本“白色主题婚礼”，为中国婚礼的发展带来海派婚礼模式。





2003年，中国妇女儿童事业发展中心与大连妇联（大连市妇女联合会）文君同志联合举办“中国婚庆文化论坛”。我接触了东北三省的主持人，在头脑中形成一个意识：婚庆是主持人的市场。参加会议的代表后来成为全国妇联婚庆队伍的基本力量。

2004年，我们举办首届中国婚庆主持人大赛；2005年举办第二届中国婚庆主持人电视大赛；2006年举办第三届中国婚庆主持人大赛暨大连婚庆旅游节；2007年举办第四届中国婚庆人技能大赛暨我们的奥运百对金牌婚庆主持人选拔赛。2008年、2009年、2010年由河北、河南、唐山婚庆组织分别承办第五届、第六届、第七届“城市杯”中国婚庆人技能大赛。由此一支以中国婚庆主持人为主体，联合全国各婚庆行业组织、婚纱影楼机构以及婚庆相关企业为理事单位的“中国婚庆产业联盟体”不断发展壮大。

经过10年的努力，我们在倡导中国婚庆产业发展的实践中，陆续培植了一批主题突出、品牌高雅、特色鲜明、内容健康、社会认可的婚庆品牌项目：

以传播婚礼文化、引导婚礼时尚为主要内容的“中国婚庆文化论坛”；

以合作交流、培育婚庆新人为主要形式的“中国婚庆人技能大赛”；

以倡导健康、文明、科学生活方式的“中国集体婚礼”；

开设了中国结婚网站（<http://www.quanguofulian.com>）和中国婚庆官方培训网（<http://www.jtnpx.com>）。

回顾我的20年婚庆历程，感慨万分。我的经历就像婚礼主持词的一句话“酸甜苦辣”，遭遇过攻击、谩骂，也有抄袭、盗版，苦心经营的结果总是“前人栽树，后人乘凉”。一人也曾暗自叹息：假如20年前，我不从北京市总工会出来从事婚庆，37岁就升任副处级的我，现在说不定已经是局级领导干部了。

但是，我也庆幸，是党的改革开放政策，使我们有志于中国婚庆事业的创业者登上婚庆经营的舞台，用自己的满腔热情、聪明才智和勤奋努力，实现了今天婚庆业繁荣昌盛、蒸蒸日上的局面，同时也实现了自己的理想和价值。我的总工会同事大都退休了，而我还有好多婚庆好项目需要去开拓，还能在中国婚庆业成就一番事业，弥补人生的遗憾。

成就中国婚庆文化事业，是我战胜困难，排除干扰的动力。在此，对曾经关心和支 持我工作的各级领导、婚庆同仁表示衷心的感谢！

陆燕屏

2010年11月写于北京

前 言

世界 500 强企业培训大师、美国著名国际心理教育家博恩·崔西在《火凤凰巅峰成就心理培训》中讲道：“要与成功的人在一起。”人们所选择的参考团体，是他们事业上成功与否的关键。事业失败的原因，99% 是因为与一事无成的人交往。

“与老鹰一同飞翔”。全国商务人员专业技能考评委员会金头脑婚庆专业培训中心，召集中国婚庆业成功人士组成讲师团，志在培养造就新时代金头脑婚庆专业人才。金头脑婚庆培训源头来自全国妇联中国儿童少年基金会、台湾心灵海国际教育培训项目《幸福密码》《火凤凰巅峰成就心理学培训》，告诫婚庆人“活在当下”，不断攀登婚庆业的巅峰，创造传奇。

中国婚庆业是新兴的朝阳产业，搞好婚庆职业培训，是一项系统而艰巨的工程。其中，推进婚庆规范化教学，制定婚庆标准化教学制度，建设婚庆专业化教学基地，是中国婚庆业培训教学的重要环节。为此，我们组织全国各城市婚庆行业的专家，在婚庆业卓有建树的主持人、策划师、经营管理者，编写了这本教材。

本书共分为四个部分：中国婚庆发展之道、中国婚庆经营之道、中国婚庆管理之道、中国婚庆创新之道。总计 4 个小节。阐述了近 20 年中国婚庆业的发展历程，婚庆主持策划与洽谈接单的技巧“绝活”，婚庆公司的生存发展“管理秘诀”等，并介绍了 50 个婚礼主持与策划的经典案例。

本书理论联系实际，既有行业专家点评的案例分析，又有开阔视野的资料链接。本书将婚庆培训与专业教育、就业教育、创业教育有机地统一起来，体现了鲜明的职教特色，是婚庆业专业培训的必读教材。

我们愿意把此教材奉献给中国婚庆业，为规范婚庆市场、制定婚庆培训标准做出贡献。同时，愿意与中国婚庆业的同仁共同进步、共同发展。

全国商务人员专业技能考评委员会金头脑培训中心



目 录

第一章 中国婚庆发展之道

主要讲授自1990年至2010年,近20年中国婚庆产业发展所经历的路程。旨在让学员了解中国婚庆产业是美好甜蜜的事业,具有广阔的发展前景,热爱婚庆事业的婚庆人应该为实现其理想之道奉献自己的光与热。

- 第一节 中国的传统婚俗与文化/2
- 第二节 婚庆创办初期之文化现象/12
- 第三节 中国婚庆进入市场经营发展阶段/18
- 第四节 竞争促进婚庆朝着规模、品牌方向发展/21
- 第五节 中国婚庆产业蓬勃发展/24

第二章 中国婚庆经营之道

主要从婚礼策划,婚礼主持,婚礼布置,新娘秘书,婚礼督导,婚礼摄像及DV光盘制作、LED屏幕的应用和婚礼动画剧情制作等六个方面阐述婚庆经营之道。旨在让学员具备从事婚庆业的扎实基本功,掌握实际操作婚礼主要流程的能力,培养成为在策划理论指导下进行系统科学婚礼策划的高手。

- 第一节 婚礼策划/30
- 第二节 婚礼主持/58
- 第三节 婚礼布置/71
- 第四节 新娘秘书与督导/80
- 第五节 婚礼摄像及DV制作/88

第三章 中国婚庆管理之道

主要讲授婚庆公司的经营与管理,包括婚礼业务范围的确立与开发、婚庆客户洽谈技巧、婚庆营销团队的作用以及目标客户及针对性服务。指导希望独立创业的婚庆从业人员、婚庆公司经营管理人员,掌握婚庆公司产品经营、市场定位、广告宣传、人才管理的经营手段。

- 第一节 婚礼业务范围的确立与开发/94
- 第二节 婚庆客户洽谈技巧/99





第三节 目标客户及针对性服务/110

第四章 中国婚庆创新之道

主要讲授中国婚庆20年经营实践,选择最有代表性和影响力的50个婚礼经典案例,运用市场营销学和策划学的原理,以通俗易懂的语言介绍给学员,帮助大家迅速成为婚庆业的成功人才,通往创新发展的理想之道。

陆燕屏金牌策划精选/128

2008年北京婚庆节“婚礼秀”/128

我们的奥运——中华大家庭2008新人迎奥运婚庆盛典/130

中外百名儿童生日庆典/135

婚礼上的祝福词/138

朱宗英金牌策划精选/152

对未来京城婚庆业发展的期待/153

中式婚礼/157

孙光英金牌策划精选/161

世界冠军的15年水晶婚/162

赵晓培金牌策划精选/166

1991年人民大会堂全国百对佳偶集体婚礼/166

1993年北京天安门城楼百对劳模佳偶婚庆大典/168

1994年北京电视台春节联欢晚会百对新人集体婚礼/171

白文喜金牌策划精选/172

“长城之恋”金婚盛典/173

胡明金牌策划精选/178

海外学子“爱的旋律”主题婚礼/179

海之恋婚礼用实体搭造布景——/179

80后新人喜爱的“卡通”主题婚礼——像花儿一样幸福/180

赋予园林格调的“青红苹果”主题婚礼/181

蒙古鄂尔多斯主题婚礼/182

李锦江金牌策划精选/185

主题婚礼——海之韵/185

皇冠假日奢华婚礼之水晶奇缘主题婚礼策划/190

杨明金牌策划精选/192

主题婚礼——心跳回忆/193

电影之旅之《情证今生 LOVE FOR THE LIFE》/197

主题婚礼——天使在人间/201

常久青金牌策划精选/204

粉佳人·《燕赵晚报》第三届石家庄城市绿色集体婚礼典礼程序实施台词策划案/204

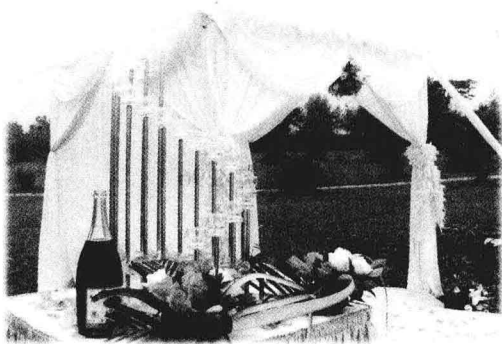
吉松涛金牌策划精选/214

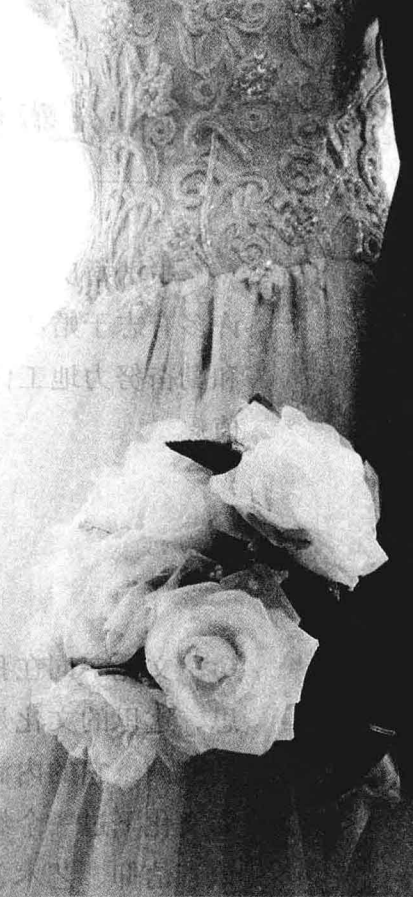
- 融入奥运时代元素的主题婚礼——我的婚礼，我的舞台/215
- 陆志华金牌策划精选/219
- 中国雪地 100 对新人大婚礼/220
- 主题婚礼——冬天里的童话/224
- 陈涛金牌策划精选/226
- 兴文石海世界地质公园情定九九苗族风情婚典/227
- 克文广金牌策划精选/229
- 主题婚礼——爱在春暖花开时/230
- 海风金牌策划精选/237
- 浓情蜜意式婚礼方案/237
- 胡韬金牌策划精选/240
- 纯爱花园 WEDDING SHOW/241
- 故事情节式婚礼/242
- 创意主题婚礼/246
- 主题婚礼——命中注定中了你的箭/250
- 胡伟金牌策划精选/251
- 《岁月如歌》主题婚礼方案/252
- 马海金牌策划精选/257
- 主题婚礼——爱的庆典/258
- 主题婚礼——浪漫/262
- 孟一林金牌策划精选/264
- 中式婚礼/265
- 王本强金牌策划精选/271
- 山东主题婚礼/272
- 王平海金牌策划精选/278
- 邢台主题婚礼/278
- 王樱霏金牌策划精选/285
- 主题烛光婚礼——让爱飞翔/285
- 主题派对婚礼——爱的晴空/290
- 姚志刚金牌策划精选/292
- 海洋婚礼/293
- 于颖娜金牌策划精选/296
- 四季之恋情景婚礼盛典（情景婚礼秀）方案/296
- 赵庆魁金牌策划精选/299
- 九种婚礼主题色/299
- 童话婚礼/300
- 张颖金牌婚礼策划精选/302





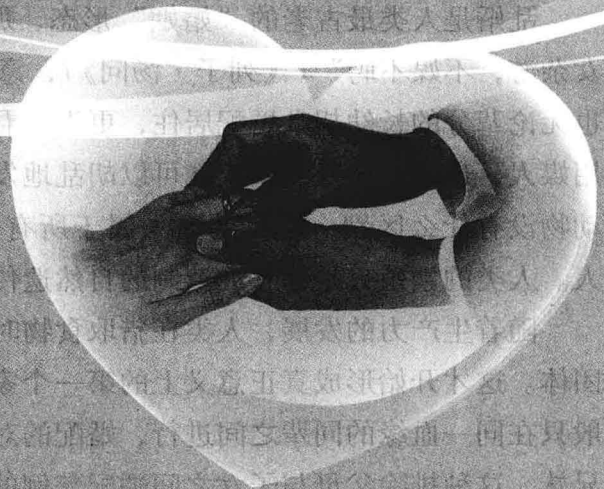
- 魔力水晶之恋/303
- 钟桂丽金牌策划精选/306
 - 主题婚礼——金秋的果实/307
- 齐东翔金牌策划精选/311
 - 回门喜宴策划案/312
 - “我们的奥运——中华大家庭 2008 新人迎奥运婚庆盛典”程序及主持词策划文案/314
- 李福友金牌策划精选/323
 - 沧州中式婚礼/324
- 王炳森金牌策划精选/327
 - 常用的婚礼主持词/327
- 齐炳国、齐炳义金牌策划精选/331
 - 丹东大婚礼（齐炳国策划）/332
 - 大花轿中式婚礼（齐炳义策划）/335
- 董晓洪金牌策划精选/338
 - 常用的男女组合婚礼主持词/339
- 曹如华金牌策划精选/342
 - 一个天使的婚礼纪实/343
 - 星光大道主题婚礼/344
 - 梦幻水晶球婚礼/346
 - 中式婚礼/347
 - 龙凤呈祥婚礼流程/348
 - 天使之爱——顶级婚礼秀/350
- 贾林金牌策划精选/354
 - 来自成都主题婚礼的报告/355
- 赵国颂金牌策划精选/358





第一章 | 中国婚庆发展之道

主要讲授自1990年至2010年，近20年中国婚庆产业发展所经历的路程。旨在让学员了解中国婚庆产业是美好甜蜜的事业，并具有广阔的发展前景，热爱婚庆事业的婚庆人为实现其理想之道奉献自己的光与热。





中国婚庆产业是在中国改革开放的呼唤中诞生的，是党的改革开放政策，使许多有志于婚庆事业的朋友登上婚庆经营的舞台，用自己的满腔热情、聪明才智和勤奋努力地工作，发展了今天婚庆业繁荣昌盛的局面，实现了人生的理想和价值。

第一节 中国的传统婚俗与文化

文化一词在我国古已有之，其主要含义是“人文化成”“文治教化”的意思，这里的文化是封建统治者实施统治的方式。现代文化的概念来源于19世纪的欧洲，它的内涵相当丰富，英国著名的文化学者泰勒在《原始文化》一书中，为文化下过一个经典的定义。他说：“就其广泛的民族学来说，是包括全部的知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗，以及作为社会成员的人所掌握和接受的其他任何的才能和习惯的复合体。”后世的学者根据文化的特质，又将文化细分为物质文化、精神文化、制度文化、习俗文化四个层面。婚俗无疑是习俗文化的重要组成部分。有学者认为，婚俗发展的轨迹，“是人类文化发展的历史镜像”。作为中国的婚庆人，我们应该了解婚俗发展的历史与现状。

1. 从人类学角度看人类婚姻的演变。

人类从猿到人的遗传进化经过了一个漫长的发展过程。大约在500万年前人类开始了社会行为的遗传进化，大约在1万年前人类开始了主要的文化行为的遗传进化。早期的人类，在两性关系上没有任何文化观念的制约，与动物的性本能没有多大的区别。根据人类学家研究的结果，人类的婚姻大致经过乱婚、血缘婚、普路那亚婚、对偶婚、单偶婚几个阶段。

乱婚是人类最古老的“婚姻”形态，那时的人群“长幼偕居，不君不臣；男女杂游，不媒不聘”（《列子·汤问》），意思是说，当时的人类不懂得血缘关系，也无论辈分的长幼胡乱婚配居住，更没有君臣的区别；男男女女杂游野处，既不用媒人，也不经过任何仪式就可以胡乱地发生性关系。这时人类对性别的认识与动物没有什么区别，所有的男人属于所有的女人；所有的女人也属于所有的男人。人类的繁殖只是靠毫无节制的自然遗传。

随着生产力的发展，人类在猎取食物时逐渐分裂成一个一个以血缘为单位的团体。这才开始形成真正意义上的第一个家庭形态——血缘家庭。此时的婚配一般只在同一血缘的同辈之间进行，婚配的对象可以是姨表兄妹，甚至也可以是亲兄妹。这种排除父母与子女之间婚配禁例的产生是人类文明的一大进步。在我国

古代传说中，伏羲与女娲就曾经是兄妹婚，在古希腊神话传说中，天王宙斯与天后希拉既是兄妹又是夫妻。但是，这一时期同一集团的同辈人之间婚配仍然处于一种群婚的状态，有人称之为“族内婚”。

“普那路亚”是夏威夷语的译音，意思是亲密的伙伴。因此，有学者称之为“伙婚”。也有人形象地将这种婚姻形式称为“原野上的罗曼蒂克”。两队狩猎的人群在旷野中偶然相遇，一伙是以同一血缘关系组成追逐猎物的男人，另一伙是其他血缘集团的女人，可能是由于本能的需要，也可能是由于生产、生活的需要，他们走到了一起，形成一种新的非血缘的婚配形式。也许是由于战争，胜利者掠夺了失败者的财产和女人，由此产生种族外的婚配。总之，人们逐渐发现，这种形式出生的子女更加强壮有力。于是，更多的男女开始向“族外”去寻求婚配的对象，这就形成非血缘关系的所谓“族外婚”。在这样的婚姻关系中，一个氏族的男人与另一个氏族的女人常常是共为夫妻。也就是说，这种制度是不同血缘之间的群婚。这一时期的子女只知其母，不知其父，是人类社会的母系氏族。它产生的时代大约是旧石器时代晚期。

对偶婚的产生是人类婚姻史上的又一次大的进步。这种婚姻制度有了更加严格的禁例，一个氏族一个姓，同族之间不得通婚。我国历史上的“同姓不婚”的习俗就是由此而来。性伙伴的数量也在逐渐减少，并且相对固定，可以一夫多妻，也可以一妻多夫。但是，有了“主妻”与“次妻”之分。在对偶婚中，有“望门居”与“从门居”两种不同的形式。“望门居”又称为“走访婚”，男方可以定期或不定期地到女方。“从门居”即“从妻居”，男方随女方生活。由于生产力低下，生活环境恶劣，人类还不具备小家庭存在的条件，所以，无论是“望门居”还是“从门居”都是一种比较松散的婚姻关系，双方当事人随时可以解除这种关系。夫妻离开后，子女照例由女方所有。

单偶制（一夫一妻制）的产生是人类文明的又一次进步。是原始社会向阶级社会过渡的标志，这种制度是至今最普遍的一种婚姻形式。对于这种制度产生的过程，恩格斯在《家庭、私有制和国家起源》一书中有过许多精辟论述：“一夫一妻制是不以自然条件为基础，而以经济条件为基础，即以私有制对原始的自然长成的公有制的胜利为基础的第一个家庭形式。”物质生产的提高为人类带来前所未有的财富，私有制和阶级的产生成为一夫一妻制存在的经济基础和阶级根源。同时，一夫一妻制的产生也标志着原始氏族社会组织的瓦解，人类社会从此过渡到阶级社会。在奴隶社会与封建社会中，虽然经常有事实上一夫多妻的情况出现，但名正言顺的妻子只有一人，其他女人都是以妾的身份出现，她们的地位介乎于仆人与主子之间。从婚姻制度上说，仍然属于单偶制的范畴。

以上五种婚姻形态的演变，是人类学家研究的成果。我国进入单偶制的时间





一般认为从西周开始，此时也是中国阶级社会的开始。

2. 从文化学角度看我国传统婚俗的形成。

我国是个礼仪之邦，人们对婚姻的礼仪尤为重视。早在3千年前的周代，我国就有了“六礼”的婚俗。据《礼记·昏义》记载“六礼”是指“纳彩、问名、纳吉、纳征、请期、亲迎”6个环节。

纳彩是婚聘程序的第一步，由男方家庭请人向女方家庭正式提出婚姻请求，相当于今日的“提亲”。提亲的人在登门拜访时要带一些礼物，古人早期是“以雁为贄”，“贄”是初次见面时的进见礼。为什么一定要用活的大雁来作见面礼呢？首先，因为大雁是候鸟，往来有时，从不失信，用它来暗示婚嫁要适时，要守信不渝。同时，大雁在迁徙飞行中，行止有序，也象征着嫁娶中的长幼有序，不相跨越。当女方接受了男方的礼物之后，开始进入下一个程序问名。

问名是男方再一次请媒人问女方的姓名以及出生年月日，这是为合婚做准备。男方的姓名在纳彩之时已经通知了女方，此时只问女方的名。古代男女之间“授受不亲”，问名是一件很正规的事情。《礼记》上说“男女非有行媒不相问名”。当媒人将女方的生辰八字带回后，男方请人合婚。合婚是按照旧的阴阳五行、相生相克的理论推算二人的婚事是否合乎天意，也就是后世所谓的“批八字”。这一步没有问题就可以进入纳吉阶段。

男方将占卜所得的结果通过媒人告诉女方称之为纳吉，意思是此婚可定。这时媒人除了要带简单的定婚礼之外，还要带上男方的订婚帖，女方同意之后将“报婚书”交与媒人，这就是所谓“换帖”，后世称为“文订”。双方经过这一轮交换文书，从理论上就算正式订亲了。

纳征也叫纳币，“征”本是成的意思，这一步非常重要，只要这一关过去，婚事就算成了。春秋时称之为“纳币”，意思是纳聘的财币，也就是我们今天的“下聘礼”。纳征所用的物品随着时代不同、条件好坏有许多变化，但是，它在婚嫁过程中始终占据非常重要的地位。

请期就是选择结婚的日期。本来结婚的日子是由男方来确定的，为了显示对女家的尊重，男方在选择了吉日之后要烦请媒人去女方征求意见，女家同意之后，婚期就算正式定下来了。

六礼的最后一步是亲迎，新郎带上礼物与迎亲的队伍到女方迎娶新娘，这是古今婚俗中最为繁缛隆重的仪式。“六礼”中前五礼都可以说是婚前准备，亲迎礼才是实质上的婚礼。新娘在迎亲的队伍与送亲的人群簇拥下来到男家，经过一系列繁缛的婚礼仪式，拜堂成亲开始新的生活。

俗话说“十里不同风，百里不同俗”，所谓“风俗”是指由于自然环境与人文环境影响经年累月积淀形成的习俗。我国幅员辽阔，地域广大，各地都有自己