



HUIZHAN

高等学校会展经济与管理专业
本科系列规划教材

婚礼策划与组织

Hunli Cehua yu Zhuzhi

主 编 郑建瑜



重庆大学出版社
<http://www.cqup.com.cn>



HUIZHAN

高等学校会展经济与管理专业
本科系列规划教材

婚礼策划与组织

主 编 郑建瑜

重庆大学出版社

内容提要

本书的核心内容围绕婚礼策划与组织展开,系统介绍了婚礼概述、行业认知、基础理论、婚礼策划、婚礼场景策划、婚礼仪式策划、婚礼相关活动策划、主题婚礼策划、婚礼策划方案——综合案例、婚礼人员组织、婚礼财务管理、婚礼设备与用品管理、婚礼风险管理、婚礼组织方案——综合案例等内容。随着婚礼形式日益多样化发展,本书在内容上重点偏向于“婚庆”这一婚礼的新形式,紧跟时代潮流,同时结合活动策划与项目运作的相关理论,案例丰富,思路清晰,理论与实践并进,对婚礼活动的策划与组织具有一定的指导意义。

本书既可作为高等院校婚礼策划与组织专业或方向以及会展类专业的教学用书,也可作为与婚庆行业相关企业职工培训的参考教材。

图书在版编目(CIP)数据

婚礼策划与组织/郑建瑜主编. —重庆:重庆大学出版社, 2014. 1

高等学校会展经济与管理专业本科系列规划教材
ISBN 978-7-5624-7656-6

I. ①婚… II. ①郑… III. ①结婚—礼仪—高等学校—教材 IV. ①K891. 22

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 183810 号

高等学校会展经济与管理专业本科系列规划教材

婚礼策划与组织

主 编 郑建瑜

责任编辑:范 莹 版式设计:范 莹
责任校对:秦巴达 责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:邓晓益

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路 21 号

邮编:401331

电话:(023) 88617190 88617185(中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn(营销中心)

全国新华书店经销

自贡兴华印务有限公司印刷

*

开本:720×1020 1/16 印张:29.5 字数:514 千

2014 年 1 月第 1 版 2014 年 1 月第 1 次印刷

印数:1—3 000

ISBN 978-7-5624-7656-6 定价:55.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

编委会

主任:

- 马 勇(教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会副主任,中国会展经济研究会创会副会长,湖北大学旅游发展研究院院长、教授/博导)
- 田卫民(教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会主任,云南大学工商管理及旅游管理学院院长、教授/博导)

委员:(以姓氏笔画为序)

- 于世宏(沈阳师范大学会展管理系副教授)
- 王佩良(湖南商学院会展经济与管理系主任、副教授,博士)
- 王春雷(上海师范大学会展管理系主任、副教授,博士)
- 卢 灵(广西财经学院会展经济与管理系主任)
- 刘松萍(广州大学旅游学院教授,博士,广州市会展产业研究所所长)
- 孙晓霞(吉林大学珠海学院会展系主任、副教授)
- 许传宏(上海工程技术大学艺术学院书记、教授)
- 何会文(南开大学泰达学院会展管理系副主任、副教授,博士后)
- 吴亚生(上海工程技术大学艺术学院副院长、教授)
- 杨 琪(天津商业大会展经济与管理系主任、副教授,博士)
- 杨劲祥(广西财经学院会展经济与管理专业教师)
- 陈献勇(沈阳师范大学会展管理系主任、副教授,博士)
- 郑向敏(华侨大学旅游学院院长、教授/博导)
- 郑建瑜(上海师范大学会展管理系书记、教授,博士)
- 赵伯艳(天津商业大会展经济与管理系副教授,博士)
- 曹 勇(重庆文理学院旅游学院副院长、副教授)
- 黄 彬(浙江大学城市学院会展专业负责人、教授)
- 蓝 星(上海对外经贸大学中德合作 IEMS 会展项目系主任、副教授)
- 蔡清毅(厦门理工学院会展系主任、副教授)

总序

在经济全球化和文化多元化日益加深的大背景下,会展业已经发展成为新兴的现代服务型产业,会展经济在经济全球化浪潮中脱颖而出,成为世界经济发展的亮点。进入 21 世纪以来,中国会展业搭上了经济快速发展和综合国力不断增强的快车,近几年更以每年 20%~30% 的速度增长,并以其强大的产业带动效应、集聚效应和辐射效应逐渐成为众多省(市)的支柱型产业,正朝着国际化、科技化、精细化和绿能化方向发展。中国正在由世界会展大国向世界会展强国挺进。

商务部 2011 年底发布的《关于“十二五”期间促进会展业发展的指导意见》中明确指出:会展业是现代服务业的重要组成部分,影响面广、关联度高、发展潜力大,在推动产业结构调整、加快转变经济发展方式中的重要作用日益凸显,必须从科学发展观的战略高度,认识发展会展业的重要性,把其作为一项长期任务抓紧抓好。教育部 2012 年颁布的《普通高等学校本科专业目录(2012 年)》中,将旅游管理专业上升为与工商管理学科平级的一级大类专业,这意味着隶属于旅游管理类专业的会展经济与管理专业有了更好的学科地位。正是在这种会展经济繁荣发展和对会展人才需求急剧增长的背景下,积极整合会展教育资源,为我国会展业的发展提供强有力的人才保证和智力支持,使我国会展教育逐渐进入繁荣发展阶段,建设一套高质量和高水准的“高等学校会展经济与管理专业本

科系列规划教材”则成为当前会展教育的现实迫切需要。

在教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会的大力支持和指导下,重庆大学出版社历时3年在全国开设有会展经济与管理本科专业或方向的学校积极调研,充分论证,并征求高校和行业企业中众多会展专家对本专业课程设置及课程内容等方面的意见,在中国会展教育的开创者和著名学者、教育部旅游管理类专业教学指导委员会副主任、中国会展经济研究会创会副会长、湖北大学中国会展研究中心主任、旅游发展研究院院长马勇教授,以及教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会主任、云南大学工商管理与旅游管理学院院长田卫民教授的具体策划和指导下,邀请了全国20多所开设有会展经济与管理本科专业的高等学校知名教授、学科带头人和一线骨干专业教师,以及会展行业专家、海外专业师资等参与积极论证、精心编撰,而成“高等学校会展经济与管理专业本科系列规划教材”。

会展领域专业人才的缺乏已成为制约我国会展业大发展的一大瓶颈,该套教材旨在为培养高校会展本科专业人才提供有力的教育支撑,缓解发展我国会展业大量引进国外人才的局面,真正促进我国会展教育的大繁荣大发展。该套教材着重达到两个目标:第一,完善我国会展专业高等教育体系,在全面总结中国会展产业发展的理论成果和实践经验的基础上,推进中国会展专业的理论发展和学科建设,提高中国现代会展从业人员的专业素养和理论功底;第二,在本科会展教育的过程当中,能够产生强有力的示范效应和带动效应,积极推动本科会展经济与管理专业课程改革与建设的持续健康发展。

本套教材定位于会展产业发展人才需求层次较高的本科教育,是在对我国会展教育人才培养方向、培养目标和教育特色等方面的把握以及对会展发达国家会展教育学习借鉴的基础上编写而成的,具有较强的前瞻性、系统性和完整性。本套教材主要有以下四大亮点:

第一,内容前沿。本套教材尽可能地将当前国内外会展产业发展的前沿理论和热点、焦点问题吸收进来以适应会展业的现实发展需要,并突出会展教育的中国特色。

第二,体系完整。本套教材围绕“融前沿、成体系、出精品”的核心理念展开,将会展行业的新动态、新业态及管理职能、关系管理等都融于教材之中,将理论与实践相结合,实现多角度、多模块组合,形成完整的教材体系,出版精品之作。

第三,注重引用。本套教材在保持本学科基本内容的基础上,注重处理

好与相邻及交叉学科的关系,有重点、有关联地恰当引用其他相关学科的理论知识,以更广阔的视野来构建本学科的知识体系。

第四,较高水准。本套教材的作者很多都是中国会展教育的知名专家,学历层次高、涉及领域广,包括诸多具有博士学位的经济学、管理学和工程学等多方面的专家和学者,并且还有会展行业高水平的业界精英人士,我们力求通过邀请知名优秀的专业作者以保证所出教材拥有较高的水准。

在会展教育新形势新背景下,会展本科教材有新的需求,编写一套有特色、高质量的会展教材是一项复杂的系统工程,需要专家学者、业界、出版社等的广泛支持与集思广益。本套教材在组织策划和编写出版过程中,得到了会展业内专家、学者以及业界精英的广泛支持与积极参与,在此一并表示衷心的感谢!

“路漫漫其修远兮,吾将上下而求索。”希望这套教材能够满足会展本科教育新形势下的新要求,让我们共同努力,为中国会展教育及教材建设起到开拓创新的作用,贡献一份力量。

高等学校会展经济与管理专业本科系列规划教材
编委会
2013年10月

前言

自2008年“次贷”危机以来,国际经济陷入低迷状态,金融、房地产等诸多行业都不景气,但婚庆行业并没有受到影响,仍然是红红火火,特别是在中国。2009年,“十一”“中秋”双节期间,我国国内各大城市婚庆消费火爆,均取得了良好的经济效益,并且传统婚庆公司和旅游、珠宝、金融、汽车、房地产等企业整合营销的趋势越来越明显。在经济低迷状态下,婚庆行业已经成为拉动内需的重要产业,北京、上海、广州、深圳等城市婚庆公司如雨后春笋般涌现。

随着20世纪80年代中期高出生率阶段出生的人群陆续进入婚龄,近几年全国登记结婚人数不断上升,而且这种适婚人数大幅度增长的状况今后几年仍将持续,婚庆作为一个新兴行业,在全国的发展已到空前迅速的程度。并且,在独生子女群体成为新婚主流的前提下,多数家长也都要求婚礼够排场、要风风光光,为此不惜全力支持,婚庆市场的含金量显而易见。由此可见,婚庆行业的前景非常广阔,保守估计,未来5~10年,婚庆行业仍将持续快速发展。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,充满了巨大的潜在商机,婚庆产业大的产业链正在逐步形成。

同时,婚庆行业还处于行业标准不健全、管理不规范的市场环境中,企业的规模较小,从业经营者水平参差不齐,这样的处境往往反映了这个产业正处于上升阶段,潜在的发展空间巨大。此外,人们对婚礼的要求越来越高,其追求正在从“物质层面”向“精神层面”转变,婚庆服务机构也从传统的简单服务开始向重视婚礼文化层面、注重婚礼策划方向转变。通过专业婚庆服务机构操办婚礼成为趋势,一批专业婚庆公司的实力将进一步显现出来。值得关注的是,婚庆人才逐渐成为制约婚庆行业发展的重要因素。

随着婚庆行业的不断发展,新人们的结婚需求越来越多样化、个性化,这就要求婚庆服务公司能够提供独特的高品质服务,巨大的市场需求造成婚庆专业人才的严重短缺,特别是在婚庆司仪、婚礼策划等领域,专业人才需求量巨大,保守估计在10万人以上。但是,由于我国婚庆礼仪服务教育起步时间较晚,更多依赖短期培训,培养出来的学生在知识结构、职业素养和综合能力等方面往往与婚庆市场的需求不匹配。尤其是目前国内正规的婚庆教材稀缺,很大程度上制约了我国婚庆服务教育以及婚庆行业本身的发展。因此,推出一本思路清晰、系统完善、切合实际的婚庆用书迫在眉睫。

本书围绕婚礼的策划与组织展开论述,从婚礼策划和婚礼组织两个部分对婚礼活动的举行进行了系统的理论研究。书中每个章节后都配有相关的案例及专家评析,以及复习思考题,以便帮助读者更好地理解各章节的内容。本书借鉴了国外活动组织的经验以及国内项目研究的主要成果,结合婚礼活动本身的特点,从婚礼策划包含的主要方面出发,阐述了婚礼策划的整个内容及过程,并从婚礼组织的人、财、物各方面的组织出发,阐述了婚礼组织的具体事项。同时,本着理论与实践相结合的原则,书中配备了丰富的案例,使读者能够更好地理解书中的理论知识。

本书结合婚庆行业的实际发展状况以及发展前景,对婚礼的策划与组织进行了系统的阐释和总结,运用大量的婚庆实例,使活动策划与组织理论、项目管理理论与婚礼活动相结合,对婚庆服务机构、婚庆公司,或者是婚庆人才培养机构的意义重大。系统的理论和丰富的案例相结合是本书最大的特点,既考虑到婚礼作为一种特殊活动的独特性,又与现实案例相结合,多方位全面介绍了婚礼活动的策划与组织,是一本不可多得的指导性用书。

本书具有较强的专业性、系统性、时代性、实用性和前瞻性,可作为广大高校相关专业的教学用书以及婚庆服务行业策划与组织专业人员的培训教材,也可供婚庆公司创业者学习借鉴。

本书由上海师范大学旅游学院会展管理系主任郑建瑜担任主编,负责

拟定编写大纲,撰写第1章、第3章至第7章、第12章至第14章以及全书的统稿和修改工作;重庆文理学院旅游学院周建华老师撰写了第2章和第8章;上海师范大学旅游学院企业管理专业研究生匡娇娇撰写了第9章、第10章、第11章,在此表示衷心的感谢。

在我国,对于婚礼活动的具体研究仍是一个较新的领域,将婚礼活动的策划与组织具体运用的理论和实际案例的结合作为一个专题来研究是一种创新性的尝试。本书在婚庆行业领域进行了系统性的研究,书中的很多内容均结合了婚庆行业的最新动态,有些内容是首次被系统论述和提及。作者真诚地希望能通过本书为中国婚庆行业的发展提供一定的方向,对婚礼策划与组织的从业人员提供指导性服务。

尽管编者本着认真负责的态度,尽最大努力来编写出版本书,但是由于婚礼活动涉及面广,加之编写时间紧等多方面原因,本书的不足和错漏之处在所难免。因此,恳请广大读者和业内专家不吝赐教,以使该书不断得到修正和完善。最后,编者期待这本书能够为婚庆服务专业人才的培养提供指导,在婚庆教育方面起到积极的促进作用,共同为我国婚庆行业的发展做出贡献。

编者

2013年4月

目 录

第1章 婚礼概述	1
1.1 婚礼的内涵	2
1.2 婚礼的特点	4
1.3 婚礼的产生和发展	5
1.4 中国传统婚礼习俗	7
1.5 中西方婚俗文化比较	11
复习思考题	19
第2章 行业认知	20
2.1 婚庆行业市场分析	22
2.2 婚庆行业发展现状及问题	27
2.3 婚庆行业的管理	31
2.4 婚庆行业发展趋势	39
2.5 婚庆礼仪服务行业	42
复习思考题	51
第3章 基础理论	52
3.1 活动策划与组织	53
3.2 项目运营与管理	70
复习思考题	93
第4章 婚礼策划	94
4.1 婚礼策划的内涵	95

4.2	婚礼流程策划	97
4.3	婚礼花艺设计	108
4.4	婚礼策划师	114
4.5	婚礼司仪	119
	复习思考题	130
第5章	婚礼场景策划	131
5.1	婚礼场景策划原则	134
5.2	花艺策划原则	136
5.3	迎宾区场景策划	138
5.4	仪式区场景策划	140
5.5	婚宴区场景策划	150
	复习思考题	155
第6章	婚礼仪式策划	156
6.1	开场	158
6.2	入场	164
6.3	证婚	167
6.4	宣誓	173
6.5	互换爱情信物	176
6.6	拥抱亲吻	183
6.7	香槟仪式	183
6.8	蛋糕仪式	184
6.9	交杯酒仪式	190
6.10	退场	193
	复习思考题	198
第7章	婚礼相关活动策划	199
7.1	婚礼演艺活动策划	200
7.2	婚礼音乐	206
7.3	婚礼短片	215
7.4	婚礼互动游戏	224

7.5	婚纱摄影	225
7.6	蜜月旅行	229
	复习思考题	231
第 8 章	主题婚礼策划	233
8.1	主题婚礼的内涵	235
8.2	主题婚礼的类型	240
8.3	主题婚礼的发展	248
	复习思考题	255
第 9 章	婚礼策划方案——综合案例	256
9.1	婚礼策划方案构成	258
9.2	常见婚礼策划方案	258
	复习思考题	309
第 10 章	婚礼人员管理	310
10.1	婚礼来宾组织	311
10.2	婚礼工作人员组织	317
	复习思考题	332
第 11 章	婚礼财务管理	333
11.1	婚礼预算	335
11.2	婚礼费用估算	342
11.3	婚礼预算控制	344
11.4	婚礼成本控制	348
	复习思考题	355
第 12 章	婚礼设备和用品管理	356
12.1	购买与租赁	358
12.2	运输与装卸	363
12.3	维修与保养	369
	复习思考题	374

第 13 章 婚礼安全	375
13.1 婚礼风险管理	377
13.2 婚礼用品安全	380
13.3 婚礼现场安全	383
13.4 婚礼突发事件处理	390
复习思考题	402
第 14 章 婚礼组织方案——综合案例	403
14.1 婚礼组织方案构成	404
14.2 常见婚礼组织方案	405
复习思考题	441
附录 婚庆公司服务合同范例	442
参考文献	456

【案例导入】

小王(男)和小刘(女)经过了5年的爱情长跑,决定进入婚姻的殿堂。结婚对两个家庭来说都是一件大事,双方父母几次见面后,两人终于在2013年3月份在民政部门登记,领了结婚证。接下来,两人在工作之余拍摄了婚纱照,日子甜蜜而美好。可是最近小王却犯了愁,因为小刘有一天晚上问他要不要举行婚礼。小刘觉得结婚必须要举行婚礼,这不仅是一种仪式的问题,而是对婚姻生活开始的一个正式的纪念,从此从恋爱阶段正式跨入家庭阶段,也是对他们爱情的一种尊重和总结。可是小王却迟迟不肯举行婚礼,他的意思是说,以前结婚也就是让大家热闹一下,现在结婚也就是图个排场,吃吃饭,收收礼金,本来家庭条件就不好,两个人工作也忙,既然领了结婚证,婚礼不举行也就算了。正因为这事,两人几番交涉,还差点吵架,小刘始终觉得,不举行婚礼就不叫结婚,结婚可是一辈子的大事。

刚刚举行完婚礼的小赵还没来得及度蜜月,就发现自己的钱不够用了。他的账本显示:婚宴每桌2388元,一共50桌,共计近12万元;婚庆费用总计近3万元;亲戚来武汉的住宿、车马费,以及各种杂费共计6000多元。婚礼花了接近16万元,而收的红包一共不到10万元,一场婚礼下来,要倒贴6万元。

去澳大利亚度蜜月的陈小姐说,她和先生都是光谷的技术人员,他们不办婚礼,只请两家最亲密的亲戚吃了一顿饭。两人在澳大利亚“好吃好喝”,也只花了不到3万元,比办婚礼更划算。

如今,办与不办婚礼,成为不少新人的“纠结点”。办一场出彩的婚礼,实在“烧钱”;不办,却又总觉得人生不那么圆满,少了一点回忆。这一章我们学习的内容主要有婚礼的内涵和特点,婚礼的产生与发展以及中国传统婚礼习俗和中西方婚礼文化的比较,通过本章的学习,了解婚礼活动的基本情况,对办不办婚礼,如何举办婚礼有一个更深刻的认识。

1.1 婚礼的内涵

婚礼,中国古时称之为“昏礼”,是我国传统文化精粹之一,古人认为黄昏是吉时,所以会在黄昏举行娶妻之礼,因此,夫妻结合的礼仪称为“昏礼”。

我国婚礼不明确限定举办场合,一般都会在亲朋好友面前举行,婚礼现场氛围喜庆热闹,也有一些正式的仪式,如:男女两家订婚、互送聘礼嫁妆、送嫁迎娶、宴请亲朋好友、举行正式仪式等。因此,从某种意义上说,婚礼不仅仅是两位新人的结合,也是两个家族的结合,它是为了庆祝婚姻关系的确定而举行的

一种仪式,可以说是一种法律公证仪式或宗教仪式,并不具有法律上的硬性规定和约束力,但在传统文化里,婚礼是取得家族承认和社会认可的一种必要仪式。婚礼有多种内涵:

首先,婚礼是一场庆祝仪式。婚姻在人的一生中不可或缺,婚礼就是为了纪念新人婚姻生活的开始而举行的庆祝仪式。在整个婚礼仪式中,两位新人在亲朋好友面前,分享两个人的甜蜜爱情并展现共同生活的勇气和决心,亲朋好友会送出祝福,在喜庆热闹的氛围里,共同庆祝两位新人走到一起,真正意义上的独立于父母,组成新的家庭。婚礼正是为了庆祝两位新人,甚至两个家庭的结合而举行的仪式。

其次,婚礼是一种承诺。决定开始婚姻生活,共同承担家庭和社会责任,对每个新人来说都具有重大意义,每位新人在结婚前都不能预知自己的婚后生活,因此,举行婚礼是新人彼此对婚后生活向对方做出的承诺,两位新人在正式仪式中,带着亲友的祝福和认可,相互宣誓,为婚姻生活打造了美好的开端。对于新人来说,婚礼过后才是真正意义上的婚姻生活的开始,婚礼是对婚姻生活的一种承诺。

第三,婚礼是一种感恩。在举行婚礼的特殊日子,新人在获得祝福和认可的同时,也要正式地感谢见证这场婚礼的每一个人。一是要感谢双方父母,新人从此以后会独立于父母,组成新的家庭,要正式地感谢父母多年的养育之恩;二是感谢亲朋好友的到场和祝福以及双方单位的领导和同事多年来的支持和帮助;三是新人之间也会在这个意义非凡的时刻,做真诚的告白,感谢对方的爱与信任。

最后,婚礼是一种正式的告知。新人在登记之后,无法一一通知每一位亲朋好友,婚礼的举行就是一种正式的告知,向亲朋好友乃至全社会告知他们结婚的消息。

婚礼自古以来就受到人们的重视,“明媒正娶”的观念一直延续至今,随着现代社会婚礼文化的发展和交融,人们渐渐开始注重婚礼的参与性,强调共同参与、共同庆祝,因此,“婚庆”一词逐渐进入人们的视角。虽然婚庆行业在国内起步较晚,但日趋成熟的消费环境以及消费者追求个性化、时尚化、多样化的需求,都推进了婚庆行业的发展。婚庆活动,简单地说是“婚礼+庆典”,即为纪念新人结婚仪式隆重举行,专门为新人量身打造的一系列庆祝活动。在婚庆活动中,除了有神圣的宣誓仪式,还可以有其他一系列庆祝活动,如倒香槟、切蛋糕、表演节目助兴、嘉宾致辞祝贺等,当然,新人的正式仪式依然是庆祝活动的核心,可以说,婚庆活动并无固定形式,流程也可任意增减,其庆祝活动内容可以丰富多彩,庆祝形式可以五花八门。婚庆参与主体不局限于两位新人和见证