

# 筵熙婚庆策划书

团 队                     sweet 糖                    

团队成员           刘晓丽、刘玲、张文庆、周凯、何湘邑          

队 长                     王俊杰                    

指导教师                     杨骊                    

完成日期           2010 年 4 月 28 日

# 目 录

1、 创业计划概要 .....	1
1.1 概要 .....	1
1.2 产品与服务 .....	1
1.3 行业与市场分析 .....	2
1.4 市场与营销 .....	2
1.5 财务计划与风险控制 .....	2
2、 公司简 .....	2
2.1 筵熙婚庆公司简介 .....	2
2.2 特色婚礼： 汉式婚礼 .....	3
2.3 筵熙的承诺 .....	4
2.4 附录： 传统婚嫁习俗 .....	4
3、 产品与服 .....	5
3.1、 背景 .....	5
3.2、 婚礼模式概 .....	6
3.3. 婚礼模式详解与举例 .....	6
3.3.1. 传统婚礼流程详解 .....	6
3.3.2. 古典婚礼举例 .....	11
3.3.3 西式婚礼流程 .....	20
3.3.4. 其他婚礼举例 .....	22
3.4. 未来开发婚礼 .....	24
4、 市场分析 .....	24
4.1 宏观环境分析（PEST 分析） .....	24
4.1.1 政治环境 .....	24
4.1.2 经济人口环境 .....	27
4.1.3 社会文化分析 .....	27
4.1.4 技术自然环境 .....	27
4.2 顾客分析 .....	28
4.3 行业分析 .....	30
4.3.1. 2003-2009 年行业企业数量发展状况 .....	30
4.3.2、 2003-2009 年行业从业人员发展状况 .....	31
4.3.3、 2003-2009 年行业固定资产发展状况 .....	31
4.3.4、 2003-2009 年行业销售收入发展状况 .....	32
4.3.5、 2003-2009 年行业利润总额发展状况 .....	32
4.4. 竞争分析（波特五力分析） .....	33
4.4.1 供应商的议价能力 .....	33

4.4.2	购买者的议价能力	33
4.4.3	新进入者的威胁	33
4.4.4	替代品的威胁	34
4.4.5	现有竞争者之间的竞争	34
4.5.	市场分析结论（SOWT 分析法）	34
5.	营销计划	35
5.1	营销目标	35
5.1.1	产品系列	35
5.1.2	销售区域	35
5.1.3	市场份额	36
5.1.4	第一个五年销售收入目标	36
5.2	产品策略	36
5.2.1	产品组合策略	36
5.2.2	品牌策略	37
5.2.3	服务策略	37
5.3	渠道策略	37
5.4	定价策略	37
6.	服务营运计划	38
6.1	店面设计	39
6.2	设备实施需求	39
6.3	产品设备的采购	39
6.4	店面管理的流程和方法	40
6.5	经营范围和服务流程	40
6.6	服务控制保证	40
7.	组织计划	41
7.1.	企业的所有形式	41
7.2.	公司组织结构图	42
7.3.	人才的来源和需求	42
7.4.	约束和激励制度	43
7.5.	公司工资和股利分配制度	43
8.	财务分析	44
8.1	资金来源	44
8.2	启动资金预算表	44
8.3	主要财务假设	45
8.4	主营业务收入及费用预测	46
8.4.1	主营业务收入预测第一年	46
8.4.2	主营业务成本预测第一年	47
8.4.3	主营业务收入预测（五年期）	49
8.4.4	主营业务成本预测（五年期）	49
8.5	财务年度报表	49
8.5.1	财务年度报表（未来一年）	49
8.5.1.1	成本费用表	49
8.5.1.2	第一年的资产负债表	50

8.5.1.3 第一年的现金流量表	51
8.5.1.4 一年期的利润表	52
8.5.1.5 一年期的利润分配表	53
8.5.2 五年期的财务预测	53
8.5.2.1 成本费用表	53
8.5.2.2 资产负债表	54
8.5.2.3 现金流量表	55
8.5.2.4 利润表	56
8.5.2.5 利润分配表	57
9.市场风险分析与防范	58
9.1、风险分析	58
9.1.1、市场进入风险	58
9.1.2、市场开发风险	58
9.1.3、市场运营风险	59
9.1.4、财务风险	59
9.1.5 防范风险措施	60
9.2、资金可能退出方式	60
9.2.1 退出时机的选择	60
附录:	62

## 1. 创业计划概要

### 1.1 概要

筵熙婚庆有限公司由八个敢想敢做的年轻人所组成的 **sweet 糖** 创意团队创立于 2010 年。筵熙婚庆有限公司坐落于成都市天府南路……。

我们的创意来源于当今社会中八零九零的广大年轻人群对爱情的憧憬和追求浪漫的心理。经过大量信息收集及资料筛选之后，我们团队在单纯的中西式婚庆中加入了新式婚庆仪式——汉朝婚礼。

#### 1、项目描述

##### (1) 项目背景

随着人们生活水平的大幅提高，人们对于婚礼的要求也不断提高，尤其是八零九零的年青一代，他们对于婚礼有中式和西式的印象同时还受各种流行因素的影响，他们则更加注重婚礼的与众不同与情感的表达。

##### (2) 项目介绍和宗旨

本公司的业务范围以婚庆全程策划执行为主，礼仪庆典，开业庆典，周年庆典，开工仪式、开幕仪式等为辅，专业致力于婚庆礼仪策划、主持、场景布置、婚礼用品及各类喜糖销售以及开业庆典的服务。主要产品有：中式现存婚礼、西式婚礼、汉式婚礼。

此外我们公司本着“诚信经营、专心服务”的原则，以及“创意无限、独特新颖”的服务宗旨，为消费者提供最具表现力的婚庆仪式。

##### (3) 团队管理

我们的团队成员，适应公司发展所需要，各司其职，具体如下：

王俊杰——负责公司发展规划等工作。

何湘邑——负责公司财务工作。

周凯——负责办公室工作以及公司制度的建设工作。

李龙——负责市场分析和渠道定位等工作。

张文庆——负责材料的采购和保管。

刘晓丽、刘玲、曾瑞——负责公关和策划工作。

### 1.2. 产品与服务

我们公司有自身整体的战略思路，并根据时代的要求不断改进：

初期：主营婚庆，即婚礼的全程策划和执行。并极力突出本公司的特色产品——汉式婚礼。

中期：在主营婚庆的同时，接受各种庆典仪式，如礼仪庆典，开业庆典，周年

庆典，开工仪式、开幕仪式等。

后期：将引入更多流行元素在婚庆与典礼仪式当中，不断更行与发展产品新颖的特质。

### 1.3. 行业与市场分析

#### (2) 市场介绍和目标市场

本公司坐落于成都市府南路……，经营范围主要在成都市。成都市乃四川省会城市，经济发达，人口众多，具有广阔的销售市场。而本公司的目标消费者主要为成都市 20-30 岁的年轻消费者。

#### (2) 竞争对手分析

成都市据调查专门的婚庆公司只有不超过 100 家，知名的有 31 家，因此有广大的婚庆市场，但在这一市场中也有很多竞争者。但各家虽各具特色却无一独领风骚，总的来说各大婚庆公司实力趋于均衡，且特色不太突出。

### 1.4. 市场与营销

我们的创意从刚开始形成便能吸引人们的关注，其中包括婚纱摄影公司婚礼器材租赁公司等，因此，此间我们需处理与婚庆相关的企业关系，从而达到服务的完善与和谐统一。

### 1.5. 财务计划与风险控制

我们团队要做好的是初期阶段，在公司发展的中后期阶段，由于产业的发展及经营范围的拓展，公司也将进入稳步发展期。在公司运营初期会出现一定的负债情况，但五年内如果经营良好便能大幅盈利。

## 2、公司简介

### 2.1 筵熙婚庆公司简介

执子之手，与子偕老，执子之手，夫复何求  
当岁月的枝蔓爬上你们的脸  
不用怕  
筵熙，为你们刻下了人生最美最幸福的那一天  
当你们的青春已悄然逝去  
不用怕  
筵熙，为你们记下了激情燃烧的那一瞬间  
筵熙，见证你们爱情，到永远

筵熙婚庆公司由八个敢想敢做的年轻人创立于 2010 年，座落于天府之国成都二环府南新区。

筵熙婚庆礼仪策划公司是一家专业致力于婚庆礼仪策划、主持、场景布置、婚礼用品等的服务性机构。我公司的业务范围：以婚庆全程策划执行为主，礼仪庆典，开业庆典，周年庆典，开工仪式、开幕仪式等为辅。

筵熙婚庆本着“诚心经营、用心服务”的原则，为众多新人策划筹办个性、浪漫、典雅的婚庆礼仪。筵熙拥有多名优秀的婚礼专家、精英主持人、独具创意的策划人员、优秀的摄像师、场景设计师以及专业的摄影、摄像设备.....我们以独特的审美眼光为婚礼赋予新意，策划和实施多场风格各异、别样精致的个性特色婚礼!以汉式婚礼为特色，并提供形式多样的烛光婚礼、童话婚礼、草坪婚礼、水上婚礼.....与此同时，我们还不断借鉴欧美国家的婚庆风格，把他们最流行的潮流元素融入到中国婚庆行业，为我们每一对新人策划提供最具个性的婚礼，为他们终身一次的婚礼划上一个完美的心符!

## 2.2 特色婚礼：汉式婚礼

古汉人看待婚礼，如同看待国家间歃血为盟、看待兄弟间结拜为盟，男女夫妇的婚约，本质在于盟誓。而盟誓本身含有永恒性。所以说“山盟海誓”。破坏这种应当永恒的约定，要受到起码是道义的惩罚，因此盟誓有咒语的性质。婚约亦然。而古汉人以人法天，自然界的万物，乃是天阳、地阴所化生。男女则是社会的阴阳两极，是人类的渊源，是一切伦理的起点。

正因为看到了婚约的哲学本质，古汉人的婚礼不奢侈、不喧闹、不嬉戏，而是以恭谨、庄严的心来对待。

### 汉式婚礼过程：

仪程：告上、接妻、拜堂、行家礼、告四方、听礼。共六仪。

一、告上以堂为北，堂前为南，堂左为东，堂右为西。

堂西北位设香案。礼仪师立西位。父母坐北中位。新郎拜父母，告娶妻。父教子（语略）。新郎至香案。执事点香，新郎执，对天地祖行再拜之礼，上香（来宾鼓掌）。

二、接妻子与妻父母坐西位，面东。

夫至，拜，请妻（语略）。母教女（语略）。夫再拜，父母执女。授夫。夫执女手至堂中。（来宾鼓掌）

三、拜堂

夫妻立堂中，面南，夫左妻右。对天地拜，再拜，跪，叩首，转身，面北，双方父母受礼。拜，再拜，跪，叩首，起。

转身，夫就东位，妻就西位，相向立。夫妻跪，对拜，再拜，叩首，起。

礼仪师同时讲礼义。（来宾鼓掌）

四、行家礼

双方父母坐北堂中。夫妻北面，前行至两家父母。夫对岳父母一一称呼（按当地称呼），行再拜礼。岳父母回称，还一拜礼。岳父执婿双手。妻对公婆一一称呼（按当地称呼），行再拜礼。公婆回称，还一拜礼。婆执媳双手，

(来宾鼓掌祝贺)。

五、告四方。夫妻对四方行一拜之礼。来宾鼓掌祝贺。

六、听礼

礼仪师告知：第六个礼“房中礼”在房中行，表示互敬和神圣，由妻主礼，礼仪师告知：以后妻主家礼，行年节祭祀，主持对长辈行礼。礼仪师告知：行家礼，立家规，是家族兴旺之本。来宾鼓掌祝贺。

新婚大礼成

在这里，没有婚纱，有的是典雅的汉服。在这里，没有喧闹，有的是汉式婚礼的庄重。筵熙带您穿越时空到汉朝，让您做他的华夏新娘。筵熙婚庆公司竭诚为您服务。

### 2.3 筵熙的承诺：

诚心、真心、创新、耐心。为顾客服务，给您的婚礼留下最美的回忆，请相信我们！

### 2.4 附录：传统婚嫁习俗：

迎亲前夕

新郎新娘要“淌头”、沐浴斋戒。新娘的淌头是开脸(用细绳绞去面上的汗毛)、梳妆、缚高髻；新郎只剪发、剃脸、戴礼帽，并在帽上扎一圈红髻线，插上两朵红玫瑰花，身穿长衫马褂。迎亲的早上，男方用红轿或花轿、彩旗，请十音八乐队迎亲。

拜堂

新娘轿到新郎家门首时，除新郎外，其他家庭成员都要回避，并熄灭灶堂里的柴火，寓意“新娘入门无火气，亲人不犯轿头冲”，以后全家就会和睦相处。新娘下轿后，由媒婆和两个小孩引至厅堂拜堂。

出厅

拜堂后，新娘由新郎、“花女”(即女傧相)和媒婆引进洞房。新郎在媒婆的导演下用扇子把新娘的“幔罩”向上搅三下，新娘才卸下幔罩，并脱去外衣罩。



接着梳妆，涂脂搽粉，围上珠屏，插上金银首饰和红花。然后在媒婆的陪同下慢步出厅堂，行“出厅礼”。礼毕，新郎、新娘由媒婆引去拜见翁姑和前来贺喜的长辈亲友。受拜的人都要回敬红土封，俗称“压拜”。压拜后，新娘回洞房，至次日方能出房。

### 闹洞房

花烛之夜，素与新郎相好的亲友，组织十余人“孩子班”为新郎、新娘“送孩儿”。为首的提一对“孩儿灯”，接着是捧“孩儿盘”的，欢欢喜喜拥进洞房。闹洞房经过“四句赞”、“撒帐”、“出灯”、“做经文”、“掩房门”、等程序后结束。

### 换花

婚后第三天，女方备办“换花盘”，由小舅子送到男方家，看望才出嫁的亲人。

### 回车

俗称“转马”。有名气的人家，在结婚的第三天中午，新郎伴新娘由八乐彩旗鼓队陪送，坐绿轿回娘家。至傍晚时，新婚夫妇需返回家中。

## 3. 产品与服务

### 3.1、背景

随着现代人传统意识的苏醒，人们对传统文化的重视也随之提高，各种各样的“复古”活动也在人们身边兴起。婚礼作为传统文化中的重要组成部分，同时也是每个人的终生大事，不少人开始倾向于采用传统的婚礼作为终生幸福的开端，借以传统文化中众多吉祥美满的寓意为自己的美丽爱情增添一份浪漫。而当前的婚礼形式多以西式和中西结合式为主，真正传统意义上的古典婚礼才刚刚重新进入人们的视野，人们对这个即熟悉又陌生的传统婚礼模式投以极大的关注和热情，决定采用传统婚礼模式的新人愈来愈多。

### 3.2、婚礼模式概述

本公司以古典婚礼为特色，同事承办西式、中式、中西结合式等各种婚礼，此外为满足不同新人的喜好，本公司还可根据新人本人的要求，量身打造独属于新人自身的婚礼形式。

#### 婚庆特色：

现代婚礼：花轿婚礼 集体婚礼 西式婚礼 草坪婚礼 烛光婚礼 童话婚礼 个性化自选式婚礼

古典婚礼：汉唐婚礼 神话婚礼 周制婚礼 战国婚礼 汉风婚礼 唐风婚礼 宋风婚礼 明风婚礼 清风婚礼。

#### 婚庆特色服务：

- 1、策划及督导
- 2、专业主持、摄像、摄影、化妆、形象设计、光盘制作；
- 3、高档花车及车队租赁；
- 4、各类场景设计及制作；
- 5、爱情短剧及MTV的制作；
- 6、各类喜庆道具、用品的租赁；
- 7、婚纱摄影；
- 8、经济型套餐、白领型套餐、豪华型套餐、现代式婚礼型套餐、经典场地型优惠套餐、群体优惠型套餐、古典式婚礼型套餐、个性化自选型套餐；
- 9、婚庆用品租赁提供；
- 10、新家庭咨询及心理咨询；
- 11、提供舞狮队、古典舞、西式舞、现代舞等所需求的现场效果。

### 3.3. 婚礼模式详解与举例

#### 3.3.1. 传统婚礼流程详解

流程：六礼： 纳采→问名→纳吉→纳征→请期→亲迎

这是经典的六礼结构，但后世时有增简。增则多在“六礼”环节的基础上添加副仪节及习俗，如催妆、送妆、铺房等；简则多简并了几项正婚前的礼仪，因时俗将六礼并为“纳采”“纳币”“亲迎”三仪。

婚礼结构： 婚前礼→正婚礼→婚后礼（略）。

完整的婚礼仪节：

婚前礼【纳采→问名→纳吉→纳征→请期】

正婚礼【亲迎→妇至成礼→合卺→餽余设衽】

婚后礼（成妇礼）【妇见舅姑→舅姑醴妇→妇馈舅姑】（略）

三书：后世谈婚论嫁，“六礼”常常和“三书”一起搭配出现（“三书”非周制昏礼的内容）：

聘书：即订亲之书，男女双方缔造。纳吉（过文定）时用；

礼书：即过礼之书，是礼物清单，详尽列明礼物种类及数量。纳征信（过大礼）时用；

迎亲书：即迎娶新娘之书。结婚当日（亲迎）接新娘过门时用。

华夏婚礼基本仪程释义：

#### 【婚前礼】

**纳采** 纳采即议婚，男方遣使上女家求婚。采用雁作为贽见礼物。

以雁为礼有三种象征意义：

1. 雁为候鸟，秋天往南飞，春天北归，来去有时，从不失时节，用雁来象征男女双方信守不渝的象征。
2. 雁为随阳之物，大雁行止有序，雁群在迁徙飞行时成行成列，领头的是强壮之雁，而幼及弱者追随其后，从不逾越。将这个原则用于嫁娶，长幼循序而行，不越序成婚。
3. 雁雌雄一配而终，象征忠贞和白头偕老（后来有所发展，也用羔羊、白鹅、合欢、胶漆等作为贽礼的）

**问名** 男家征求女家同意后，这时接着进行问名之仪节，以便回来後占卜成婚與否、吉凶如何。问名一般是女子姓名、排行、出生年月日及时辰等，发展到后世，称换庚帖。这一过程也相当于订婚。古语“男子称名，女子称字”，女子的名是不能轻易示人的。问名的意义可见非同小可了。

**纳吉** 问名的目的，是为纳吉作准备。《仪礼·士昏礼》载：归卜于庙，得吉兆，复使使者往告。就是说，男方问名后，以龟甲来占卜男女双方生辰八字，若得到吉兆，将占卜吉利的结果，派使者带着雁到女方家报喜，后世称为订盟，仪式如同纳采。纳吉之后，婚姻就算正式确定。后来民间把纳吉改叫合婚了。就是把男女双方的生肖及生辰八字合一下，看生肖是否相克，八字是否相配。纳吉和纳采一样，也用雁。

**纳征** 纳征礼往往是婚姻六礼的关键，《仪礼·士昏礼》载：“征，成也，使使者纳币以成婚礼。”意即派遣者纳送聘财以成婚礼，故称完聘、大聘或过大礼。纳征以后，婚姻进入正式准备阶段。

周朝聘礼“凡嫁女娶妻，入币纯帛，无过五两，士大夫以玄纁束帛，天子加以鞶圭，诸侯加以大璋”。周制昏礼的聘礼取其象征意义，不像后世那样看重经济价值。币，意为彩色丝，后世所谓的“彩礼”就源于这个典故。可见先秦的彩礼是很简单的，士大夫仅仅只用不过五两彩丝加上一对鹿皮。但到了后世，彩礼的内涵就要实际多了，还包括饰物、绸缎、牲畜或现金等物。聘礼开始成

了地位拼比的物事，难有定数。至此，周礼取聘礼的象征意义变为取义取利兼图。隋唐聘礼固定为九种，有合欢、嘉禾、阿胶、九子蒲、朱苇、双石、棉絮、长命缕、干漆等，各项物品皆有祝福夫妻爱情永固的意义。

**请期** 定成婚吉日的礼，由男方决定，然后正式通知女方。后代婚礼在演变中发展出来催妆，送妆，铺房，这三项仪节在先秦文献中未见记载。亲迎 父亲醮子，新郎接受赐酒一饮而尽，便动身去迎娶自己的新娘。女方家长在家庙设筵，在门外迎新婿。婿以雁做贽礼。彼此揖让登堂，女婿再拜。

周制昏礼亲迎婿及妇都用马车，宋代时逐渐开始婿骑马妇乘轿。出了家庙门，把新娘坐车驾好，在新娘上车时，还要亲自把上车用的引手绳递给新娘，照顾她上车。然后新郎亲自驾着马车，让车转三圈，才把马车交给车夫，自己乘坐

另一辆马车走在前头。到了家门口，新郎先下车来等候，新娘车到达后，新郎带领新娘进入家中，新娘入宅，婚前礼即告一段落。

### 【正婚礼】

正婚礼是指新娘被接到男方家以后，所举行的正式结为夫妇的仪式。主要有拜堂（周制昏礼没有这一项）、沃盥、对席、同牢合卺和馐余设衽几项。

**拜堂** 周制昏礼没有夫妇拜堂之礼。司马光《书仪》：“古无婿妇交拜之仪，今世俗始祖见交拜，拜致恭亦事理之宜，不可废也。”可知宋代交拜之礼已经流行。元代拜堂，于夫妇交拜外，尚有同拜天地之礼，即先拜天地，再拜婿之父母，最后夫妇交拜。这就是如今流传下来的三拜之礼。



**沃盥** 指新人入席前的洁手洁面。汉族传统礼仪非常强调洁净的意识。周制的沃盥礼节是用匱和洗配套使用。



**对席** 新婚夫妇交拜礼毕，要相对而坐，谓之对席。对席的位置，男西女东，意以阴阳交会有渐。



**同牢合卺** “同牢”是指新婚夫妇共食同一牲畜之肉。合卺是指夫妇交杯而饮，注意——是交杯，只是交换了杯子而已，并非很多误导

人的古装剧那样挽着胳膊喝的“交臂酒”。合卺本意指破瓠（瓜）为二，合之则成一器。剖分为二，分别盛酒。最初合卺用匏瓜，匏是苦的，用来盛酒必是苦酒。匏既分为二，象征夫妇由婚礼将两人合为一。所以，夫妻共饮合卺酒，不但象征夫妻合二为一，永结同好，而且也含有让新娘新郎同甘共苦的深意。





这是婚礼中最具有社会意义的环节。是每对新婚夫妇行婚礼时必不可少的仪式，合卺礼流传到后世，发展成酒筵。“吃喜酒”已成为民间行婚礼的简称。酒筵由简到繁，但最主要的意义就是，婚姻得到了亲朋好友的承认。

**餽余设衽** 这是通常所说的合床礼，正式成为夫妻。新娘脱服由女侍接受，新郎脱服由男侍接受，新郎亲脱新妇之盖头，此时侍人持烛而出。此后男女双方正式结为夫妇。

### 3.3.2. 古典婚礼举例

#### 鸾凤和鸣——古典汉唐宫廷婚礼

##### 人员安排：

资深司仪 1 名（5 年以上主持经验负责全程婚礼流程策划有主持样盘可供新人挑选提前一个月与新人见面沟通）

资深摄像 2 名（3CCD 肩扛机，专业摄像师全程跟拍、后期精编制作、精美光盘 2 张）

资深摄影 1 名（全程拍摄并赠送 200~300 张电子照片）

资深化妆 1 名（提前与新娘沟通，免费为新娘试妆，当日全程跟妆及妈妈和伴娘的简单妆，免费佩戴头饰首饰）

##### 道具配置：

- 1、大红背景加鲜花（粉色或者金色曼纱背景，绣品喜字对联，灯笼）五子登科，盖碗茶，龙凤烛
  - 2、高堂椅套桌套布置
  - 3、中式红色鲜花 5 头拱门加立式豪华木制宫灯对联
  - 4、中式宫灯路引 6 个
  - 5、签到台鲜花布置
  - 6、火盆，马鞍，米袋，酒杯，合心酒杯，秤杆等全套中式道具
  - 7、古代宫廷唐服两套 新郎新娘各一套
  - 8、全套鲜花扎彩
  - 9、伴郎伴娘扮演者服装（新娘助理或者现场督导）（穿 Y 环服装）
  - 10、桌花；龙竹，小灯笼 10 桌
  - 11、专业现场督导一名
  - 12、专业音控师一名
  - 13、中式高级全程化妆、试妆、婚礼当天配饰（所有配饰根据新娘服装特意搭配）
  - 14、高级专业数码摄像，拍摄半天，制作 DVD，
  - 15、高级数码摄像 HDVD 制作 I 高级数码摄影 200 张以上，所有原片刻盘赠送后期赠送后期 ps 精修 40 张、动感数码电子相册 1 套，80 张入册
- 注：场景主色调可根据新人要求搭配，花材也可以根据新人要求设计。

### 婚礼流程：

#### 一、亲迎

##### 1、男方家

行蘸子礼

男方父亲盛服坐于客厅东边，设其子席于其西北，南向。赞立于新郎席旁，东向侍。

由赞引导，伴郎侍奉茶水，新郎拜父母。

##### 2、迎亲

玄色的亲迎车队

赞引导新郎入最头的一辆车，

赞坐于副驾驶位。伴郎持木雁或玉璧和其他礼物坐于第三车。

##### 3、至女方家

由赞引导，膝手捧木雁或玉璧（信物），随车队，到达新娘家。

赞引新郎至新娘父亲座前，并赠送信物。

由新娘母亲为新娘插发簪

新娘随赞指令拜讫，向父母跪拜



#### 4. 登车

离开新娘家，前往婚礼现场



#### 二、成婚

抵达酒店



三、婚仪开始，

1、入场，行正婚礼



## 2、新人登堂

台前三让新郎、新娘三揖三让。



## 3、行沃盥礼

沃盥礼，是指一对新人在入席前净手洁面，象征整个仪式的纯洁庄重。



### 3、入席



### 4、同牢礼

古人有云“男女七岁坐不同席，食不共器”。而从今天起，一对新人就要开始同席而坐，同餐而食，称为同牢之礼。依据古代礼数，新人将依次食用黍、稷和肺，

并在每次食用前，都取出部分食物进行振祭等祭祀活动。



#### 5、一进酒，二进酒

新人饭后饮酒，既为了清洁口腔，同时也有安食的作用。

侍奉酒者各取酒器，新郎奉酒者和新娘奉酒者取酒奉于吉侧。

赞给新郎倒酒，新郎表示谢意。司仪给新娘倒酒，新娘表谢意。

新郎和新娘第二口酒漱口（酌酒），奉酒者则再去分别取酒。



6、合卺，合卺的本意是指把一分为二的葫芦，合成一完整器物。因为葫芦是苦的，用来盛酒必是苦酒。所以，夫妻共饮合卺酒，不但象征着夫妻由婚礼开始合二为一，永结同好，并含有让新娘新郎同甘共苦之深意。



7、结发（由伴郎伴娘各自剪下新郎新娘一缕头发，由红线相系）



## 8、赞在主人的授意下，祭天礼成

最左边的是另一位司仪，当天负责的是主持与解说的任务



## 9、新郎新娘的父母上台讲话，新郎新娘退场。

婚礼结束。

### 3.3.3 西式婚礼流程

西式婚礼流程安排

最常见的西式婚礼举行时间一般有两种：一是在下午或傍晚举行婚礼仪式；二是在上午 11 点左右举行婚礼仪式，然后接着举行午餐宴会派对。

晚上的婚宴通常在市内举行，更为正式。午餐婚宴则常常在花园、草坪等室外场合举行，轻松愉快。

婚礼一般定在周末或公共假日，以方便宾客出席。

婚礼准备的最后时刻

#### 1、新人的最后准备

婚礼仪式前的几个小时是新人忙于穿戴装扮的时刻。主伴娘、伴娘们早早地聚集到新人的家中，帮助新娘换好婚纱。这时，化妆师也到场了，开始为新娘上妆及换发型。伴娘们则纷纷换上自己的伴娘服，并帮助新娘整理好要带到婚礼现场的物品。



在新郎家中，新郎和伴郎们也在忙于换上礼服，做最后的准备。婚礼上使用的捧花、胸花及花童用的花篮和花瓣送到两家，分发给每个人。在一切打点妥当之后，婚礼团成员与新娘、新郎的父母便纷纷出发去婚礼仪式现场，新娘与父母通常是最后出发的，因为在仪式开始前不能让宾客看到新娘的打扮，所以赶在最后一分钟才到。

## 2、宾客到场

婚礼正式开始前半个小时左右，宾客陆续到场。婚礼上的座位设置一般分为左右两排。左排按传统是女方家人有亲友的坐席，右排则为男方的家人与亲友。担任迎宾的婚礼团成员会在席位入口处邀请到达者签名，然后引导他们入席。

宾客座位正对的前方是婚礼台。如果是教堂婚礼，那么婚礼礼台就是平时的布道台。如果是非宗教的婚礼，则常常是一个鲜花装饰的拱门。犹太教的婚礼上，婚礼礼台是一个用四根杆子支起的布幔顶棚，布幔是由许多瓷砖大小的方形小碎布拼成的。而这些小碎布都是由参加婚礼的亲朋好友们事先画上图案，写上祝福的话语，最后才拼到一起的。面对婚礼台最前方的靠中间走道第一排座位是为新人父母留的座位，别的人不可以坐。女方父母的座位在左边靠中间走道的两个位置，男方父母则在右边。

随着时间的推移，座位上渐渐坐满了宾客。这是，弦乐四重奏的乐队开始拉起了舒缓抑扬的古典曲目。人们的交谈声渐渐轻了下来。不少人开始引颈盼望，因为婚礼即将开始了。

## 婚礼入场式

### 1、主婚人进场

音乐停止后，主婚人是第一个走过婚礼甬道走上婚礼台的人。他走到婚礼台的正中位置，面对宾客站定下来。

### 2、新郎与父母入场

接下来进场的是新郎。传统习俗中，新郎的父母是在婚礼开始前就由迎宾员引导至事先留好的座位上。不过，越来越多的年轻人觉得这样的仪式不能突出父母的重要地位。所以，许多新郎会选择与父母一同在众人注视下走过婚礼的甬道，走到父母的座位处站定。然后新郎与母亲亲吻后，父母入座，新郎走到主婚人的左手边（即宾客的右边），面对宾客站定。

### 3、伴郎、伴娘入场

伴郎、伴娘入场是在新郎入场以后，新娘入场之前。伴郎、伴娘们入场的方法有几种：

- 1.伴郎先鱼贯而入，然后伴娘在音乐声中一个个走入婚礼甬道；
- 2.主伴郎与新郎一同入场，其他伴郎与伴娘一对对并肩走入，最后主伴娘单独走入；
- 3.伴郎与伴娘以一对对的形式走过婚礼甬道。在婚礼台上的站立顺序则是最先入场的伴郎、伴娘站在最尾端的两头，而主伴娘和主伴郎站在最靠近主婚人和新郎的地方。

### 4、花童与戒童入场

花童与戒童入场是在伴郎、伴娘入场以后，新娘入场之前。在花童与戒童入场之前，迎宾员会将台前卷好的白色长条地毯展开至婚礼场地的最后段。花童手持装满花瓣的花篮，戒童则手持一个小戒枕（通常，这里用的是假戒指，真的戒指藏在主伴郎的口袋里）。前行时，花童一路把花瓣撒在新娘将要经过的白地毯上。到了婚礼台前，女花童站到主伴娘身后，男戒童站到主伴郎身后。

## 5、新娘与父母入场

婚礼入场式进入到这一刻，最激动人心的场面到了，新娘即将入场。

传统习俗中，新娘是由父亲陪伴入场的。新娘的母亲则同传统中的新郎的父母一样，在入场式开始之前就由迎宾员送至座位坐下。不过现在的婚礼上，越来越多的新娘认为，母亲在她们生活中的意义与父亲一样重要。所以，由父母同时陪伴入场，成为了一种新的时尚。

当新娘与父母的身影在婚礼白地毯最尾端出现的时候，他们会稍作停顿。新娘双手持捧花，父亲站在新娘的右手边，母亲站在左手边，两人的手臂轻轻挽住新娘。乐队高奏《婚礼进行曲》，这时，所有的宾客都会起立，面向新娘，以表示对她的尊敬。在乐曲声中，新娘与父母缓步走至婚礼台前站定，新郎迎上前去。父亲撩开女儿的面纱，亲吻她的脸颊，然后新娘再转头，同母亲亲吻。新娘的面纱自此到婚礼结束为止都是掀开的。新娘上前一步，把捧花移到左手，将右手移进新郎的臂弯。新娘父母归座。新娘与新郎走到婚礼台正前方，以女左男右的形式面向主婚人站定，婚礼仪式即将开始。

### 婚礼仪式

- 1、主婚人致辞
- 2、新人互致结婚誓言
- 3、交换戒指
- 4、点蜡烛仪式
- 5、鲜花仪式
- 6、婚礼诵读
- 7、签写婚约
- 8、宣告成婚

## 3.3.4. 其他婚礼举例

今典情缘 ——西式婚礼



#### 人员安排:

资深司仪 1 名（5 年以上主持经验负责全程婚礼流程策划有主持样盘可供新人挑选提前一个月与新人见面沟通）

资深摄像 2 名（3CCD 肩扛机，专业摄像师全程跟拍、后期精编制作、精美光盘 2 张）

资深摄影 1 名（全程拍摄并赠送 200~300 张电子照片）

资深化妆 1 名（提前与新娘沟通，免费为新娘试妆，当日全程跟妆及妈妈和伴娘的简单妆，免费佩戴头饰首饰）

#### 花艺展示:

创意鲜花门 1 座（鲜花颜色可任意挑选配以雪亮薄纱）

8 个单层鲜花路引（鲜花颜色可任意挑选配以雪亮薄纱）

主桌花 1 个（高脚瓶设计顶部大束鲜花）

签到台装饰（精美薄纱+鲜花装饰）

烛台装饰花 1 个

香槟塔装饰花 1 个

新娘手捧花、入场花瓣、新郎胸花、新娘胸花、伴郎胸花、伴娘胸花、双方父母胸花、主婚人胸花、证婚人胸花、司仪胸花、新娘腕花、交杯酒杯花、2 束母亲花

#### 道具配置:

西式纱幔背景（纱幔背景+水帘装饰+wedding 牌+各款拉纱造型）颜色可根据新人喜好挑选

精美蜡烛台 1 座（款式多样可任选其一）

双轮七彩泡泡机 1 台

#### 灯效配置:

追光灯 2 台

菊花灯 1 台

注：场景主色调可根据新人要求搭配，花材也可以根据新人要求设计。

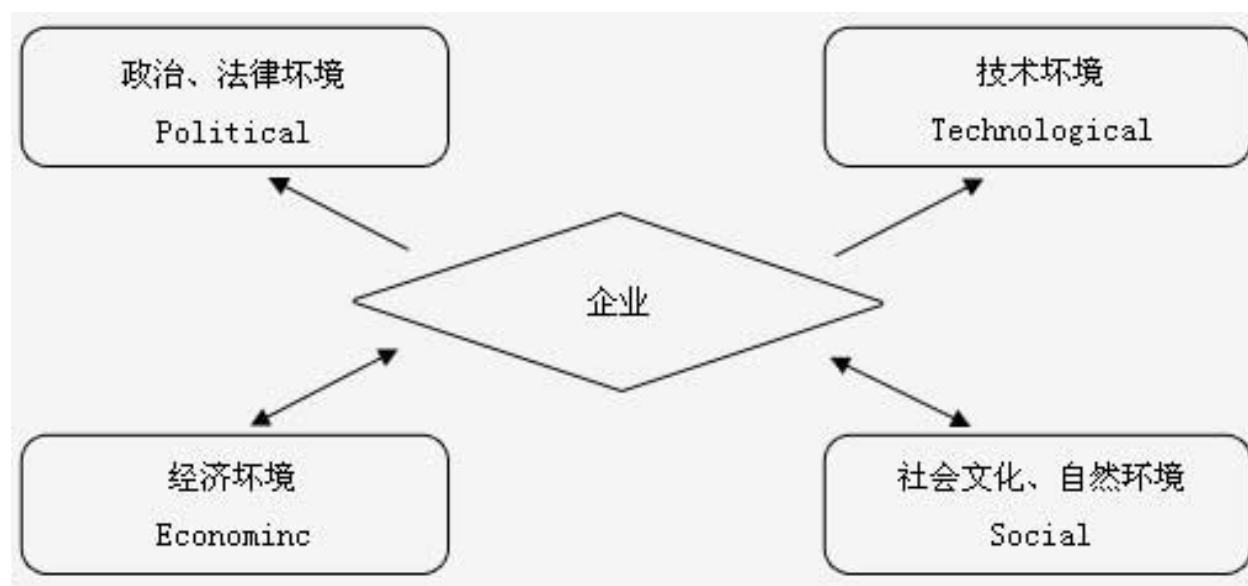
### 3.4.1 未来开发婚礼

随着公司实力的增强，业务的增多，公司将会适时推出新的婚礼模式。这些模式将会向更加浪漫的方向发展，同时在技术上也愈加先进。

在采用将来愈加成熟的海边婚礼、海上婚礼、海中婚礼、空中婚礼的特殊婚礼模式的基础上，结合中国古典神话传说、礼仪习俗等，推出具有民族特色的新型婚礼模式。

## 4、市场分析

### 4.1 宏观环境分析（PEST 分析）：



#### 4.1.1 政治环境：

##### 上海率先成立婚庆行业协会

(1)、筹建上海婚庆行业协会。从 2003 年 8 月起，上海 10 家婚庆公司联合 30 家业内企业自主发起筹建上海婚庆行业协会，目的是重塑行业形象，保护合法权

益，提高服务质量，提升行业层次，此举受到了上海市经济委员会，上海市行业协会发展署，上海市民政局社团管理局的大力支持与赞许。

2004年3月10日在上海市黄浦区民政局召开了上海婚庆行业协会发起人会议，并进行了正式筹备，开通了独立网站，在社会各界的关心支持下，顺利的完成了筹备工作。

(2)、上海婚庆行业协会成立于2004年7月29日在上海黄浦江的游轮上顺利召开了成立大会，上海市各界领导业内人士及各大媒体都来参加了会议，更值得一提的是中国社会工作协会会长徐留根先生应邀成为上海婚庆行业协会名誉会长，日本国际交流中心的钱荣伟女士也成为上海婚庆行业协会特别顾问。会上全票通过了《上海婚庆行业协会章程》(草案)，投票选举了理事会成员，并召开了第一届理事会议，投票选举了会长、副会长、秘书长。完全体现了民主只会，自主办会的原则。还邀请了三对准新人为行业协会举行揭牌仪式，这一策划和创意更体现了上海婚庆行业的特色与个性。婚庆行业的全过程都明确地体现着它的服务性。而且一般来讲，这个服务还明显地具有“新”和“不可重复性”这二个特点。婚庆行业所体现的服务，既反映出特定的文化特征，又要面对激烈的市场竞争，这就使婚庆行业的服务不同于其他类别的社会服务业。如何为广大新人提供高品位、个性化，优质、周到、完美、热情的婚庆系列服务成为行业协会成立后重点要研究的课题。

婚庆行业协会的重要功能之一就是先进婚礼文化的理念去取代婚庆礼俗中的那些已被时代摈弃的糟粕，大力宏扬并倡导健康、文明、时尚的婚礼文化。

#### **协会规范上海市婚庆单位服务行为**

(1)、《上海婚庆行业自律公约书》成立大会后的2个月内，在行业业务主管单位上海市经济委员会，协会业务主管单位上海市行业协会发展署，登记主管单位上海市民政局社会团体管理局领导的精心指导下，协会推出了一个又一个的新举措：首先为了规范本市婚庆单位服务行为，保护当事人的合法权益，维护社会的稳定，提高诚信服务，促进婚庆行业健康发展，协会与所有会员单位签定了《上海婚庆行业自律公约书》；

(2)、制定《上海婚庆礼仪投诉暂行办法》，其次，为了保护婚庆礼仪消费者和从业企业的合法权益，正确、及时处理客户对婚庆礼仪公司的投诉，根据《中

华人民共和国消费者权益保护法》及有关规定制定了《上海婚庆礼仪投诉暂行办法》，

(3)、制定《婚礼庆典服务合同示范文本》 并于8月6日根据《中华人民共和国合同法》制定了全国首份《婚礼庆典服务合同示范文本》，合同中详细表明了双方的权利与义务，违约责任及争议解决，对婚庆活动中易产生纠纷的摄影、摄像、婚车、化妆等问题做出了详细的处罚规定，真正出台了行业的标准，受到社会与消费者的广泛关注。

(4)、打造了首个“新婚意外险” 更值得一提的事，9月中旬协会与保险公司联手打造了首个“新婚意外险”，又一次填补了婚庆行业保险的空白。

(5)、推出特色婚礼服务，协会于9月底评出了对上海婚庆界发展作出贡献的三家企业，分别荣获促进“草坪别墅”婚礼发展杰出贡献奖的上海永吉礼仪服务有限公司；促进“烛光”婚礼发展杰出贡献奖的上海成世礼仪科技有限公司；促进“宗教”婚礼发展杰出贡献奖的上海名人苑罗曼缘婚礼礼仪有限公司。让为行业发展作出贡献的企业单位和个人得到鼓励，使更多的有志之士来参与行业的发展。

### 行业协会发展迅速，开拓海外市场

从成立大会到9月底，这短短的2个月内，会员单位从35家增加到近50家，其中会长单位及理事单位均为民营企业，会员单位为一家国营、两家合资，其他均为集体或民营股份质企业。这个数字证明行业协会的自发与自主，体现了行业的发展呼唤行业协会的诞生。在今后的工作中，协会还将提供服务人员的培训，资质考核与规范，诚信档案的建立、开拓海外婚庆市场等服务，通过会展、网站、举行各种比赛，向消费者及全社会展示本行业的新貌。

已开拓海外的婚庆市场有韩国济州岛、美国塞班岛和欧洲等地的海外婚庆市场，并取得骄人业绩。

### 婚庆服务走上正规化

从2009年12月1日起，我国首部《婚姻庆典服务》国家标准正式开始实施。随该国标还首次出台了《婚庆服务合同》的示范性文本，其中首次对“不可抗力”进行了约定。该文本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，这标志着我国婚庆业的管理正在逐步规范化、法制化。

#### 4.1.2 经济人口环境：

中国 2009 年 GDP 总量是 335353 亿人民币，合 4 万 8 千亿美元。已超过日本，排名全世界第二。

中国人口众多，结婚的人数的数目自然庞大，这就给婚庆行业带来了广阔的市场。据统计，我国每年登记结婚约为 1 000 万对新人，结婚人数达到 1 800~2 200 万人之多，婚庆消费高达 2 500 亿元人民币之巨，到 2010 年，中国的婚庆消费市场将是一个近数千亿元人民币的大市场。

根据成都市民政局的统计，2005 年，成都市结婚登记人数为 169140 人；2006 年，成都市结婚登记人数为 213198 人。由此预计，今年成都登记结婚的新人将约有 40 万人，明年预计将达到 60 万人。如果以每对新人结婚的总花费平均为 10 万元计算，那么成都明年的婚庆消费将达到 600 亿。婚庆行业也就成为一个非常有发展前景的行业。

#### 4.1.3 社会文化分析：

中国是礼仪之邦，礼字为先。喜庆即为高兴、快乐的事情。诸如祝寿寿比南山、乔迁风水宝地、造房金玉满堂、婚庆百年好合、出行一帆风顺、生子天降祥瑞、升迁鱼跃龙门。

中国人又有好面子、摆场面、讲档次的消费心理，悠久的传统和根深蒂固的消费习惯造就了庞大的喜庆消费市场。据统计，每年喜庆消费达 3000 多亿，仅婚庆相关产业每年总产值近 800 亿人民币。并且随着经济的发展，这种消费趋势正呈迅猛发展的势头。

#### 4.1.4 技术自然环境：

成都已经逐步成为西南地区的中心和前沿城市，各种高科技和时尚元素在这里汇集。化妆品行业和服装业迅猛发展，已经成为了一个高端市场，可以说这两个行业在成都已经相当成熟了，国内和国外的美容店也在成都迅猛地出现。所以说对于新人对化妆和服装的要求已经不是问题了。

每当上下班的高峰期，成都二环内都会出现堵车现象，成都的私家车数量已经超出了道路的承载能力，这说明成都的汽车行业也是非常成熟的一个行业。

了，所以对车队和车型的要求自然也是能得到满足的。

再一个就是对婚礼酒店的要求。这个对于满城都是星级酒店的成都来说就更不是问题了。

所以，在成都，所有婚庆需要的物品和技术都是非常成熟的。物品的供应也是很方便的。

成都一直就被称为是一座来了就不想离开的城市，因为它是十佳旅游城市，成都的旅游资源非常丰富，景色宜人，有山有水。今年又提出要建设“现代田园城市”。所以未来的成都也将更美丽。旅游资源的多样性也让摄像取景有了更多的选择，满足不同的要求。丰富了婚庆市场。

## 4.2 顾客分析：

### 调查分析：

### 调查问卷

问卷号\_\_\_\_\_ 组员问卷号\_\_\_\_\_

尊敬的朋友：

我们是一群梦想创业的青年，为了能减少创业的阻力和更好地为您服务，我们需要你的支持。请您如实地填写这份问卷，我们保证您的问答将不会对您个人带来任何不利影响。

衷心感谢您的参与！

四川大学锦城学院创业组

1. 您是否愿意请婚庆公司为您主办婚礼？（选 A 请跳转第 3 题）  
A. 愿意 B. 不愿意
2. 你不选择婚庆公司的原因是？  
A 有父母包办 B. 想自己包办 C. 价格较贵 D. 信度较低 E. 其他
3. 如果您要选择婚庆公司，会从哪里寻找信息？  
A. 电视广告 B. 报刊杂志 C. 网上查找 D. 询问朋友 E. 实地寻找
4. 您喜欢哪种类型的婚礼？  
A. 中式 B. 西式
5. 你是否愿意尝试汉式婚礼？  
A、愿意 B、不愿意 C、看情况
6. 您对婚礼酒店的环境要求是？  
A. 高档 B. 站在新人的立场. 简单. 浪漫 C. 主持有个性 D. 有知名度
7. 对婚礼气氛的要求是？  
A. 热烈 B. 温馨 浪漫 C. 简约
8. 在婚庆公司的选择上认为什么是最重要的？  
A. 司仪经验丰富 B. 摄像技术专业 C. 现场布置美观 D. 实惠 E. 公司有名气 F. 策划新颖 G. 其他
9. 对婚礼日期的选择是？  
A. 节假日 B. 法定纪念日 C. 周末 D. 其他
10. 请问您的年龄段是？  
A. 20 岁以下 B. 20-25 岁 C. 26-30 岁 D. 30 岁以上
11. 如果要请婚庆公司，你愿意支付的费用是？



A. 5 千以下 B. 5 千-1 万 C. 1-2 万 D. 2-5 万 E. 5 万以上

12. 您对婚庆市场的一个总的看法或建议是\_\_\_\_\_

访问时间\_\_\_\_\_ 复核时间\_\_\_\_\_ 复核人\_\_\_\_\_

**问卷说明：**本小组为了了解顾客的需求和情况制作的这一调查表，并进行了实地调查，回收了 200 份的问卷并进行了数据统计和分析，分析结论将以饼状图的形式在后文出现

婚庆作为一个新兴行业，在全国已到了火爆的程度。北京、上海、广州、深圳，婚庆公司如雨后春笋般涌现。尤其是上海婚庆协会的成立，正式标榜婚庆行业正朝专业化、正规化的方向发展。

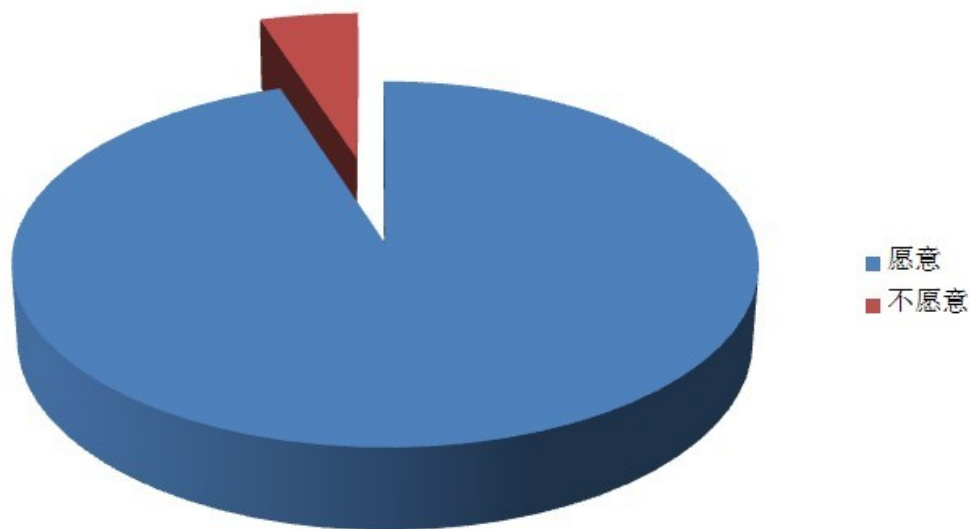
婚庆产业正逐渐成长为一个新的朝阳产业，婚庆消费市场的婚纱礼服、婚纱摄影、婚礼服务、婚宴、珠宝首饰等行业的发展日趋成熟，并与新婚消费的其他行业如家电、家具、床上用品、室内装修、房地产、汽车、银行保险等 40 多个关联行业，逐步形成令人瞩目的婚庆产业链，充满了巨大潜在商机。在婚庆产业快速发展的过程中，相关企业也越来越注重品牌服务和规模经营，婚庆的高层次服务也在增多，整个行业都在为满足当代青年多元化、时尚化、个性化、追求浪漫服务的需求而努力，婚庆产业大的产业链正在逐步形成。

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，但婚庆产业好像并没有受到影响，仍然是红红火火。特别是在中国，受北京奥运会的影响，婚庆产业迎来新的高峰期。2009 年“十一”、“中秋”双节期间，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。

根据成都市民政局的统计，2005 年，成都市结婚登记人数为 169140 人；2006 年，成都市结婚登记人数为 213198 人。由此预计，今年成都登记结婚的新人将约有 40 万人，明年预计将达到 60 万人。如果以每对新人结婚的总花费平均为 10 万元计算，那么成都明年的婚庆消费将达到 600 亿。婚庆行业也就成为一个非常有发展前景的行业。

由于婚庆行业消费群体的数量相对稳定，单位消费额度不断增加，并且行业不受时局、节气、地理、文化等诸多因素影响，市场将始终处于稳中有升，不断壮大的格局之中，婚庆行业市场必将保持刚性增长，婚庆产业已成为一个充满巨大商机的朝阳产业，成为近几年新的产业投资热点。同时婚庆行业以其市场需求稳定、准入门槛低、利润点多、利润率高、投资灵活、固定资产投资少等特点受到越来越多投资者的关注。

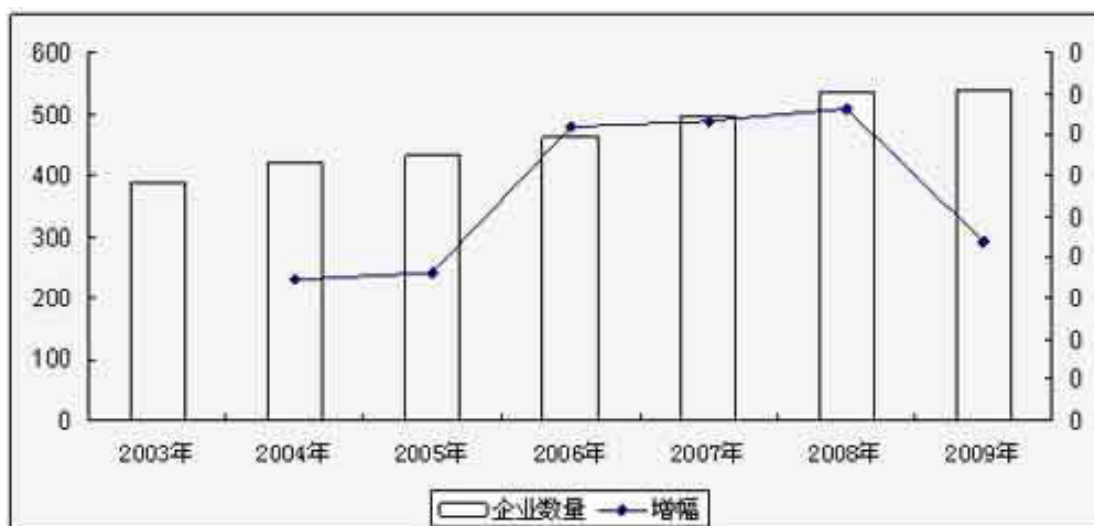
### 请婚庆公司的意愿



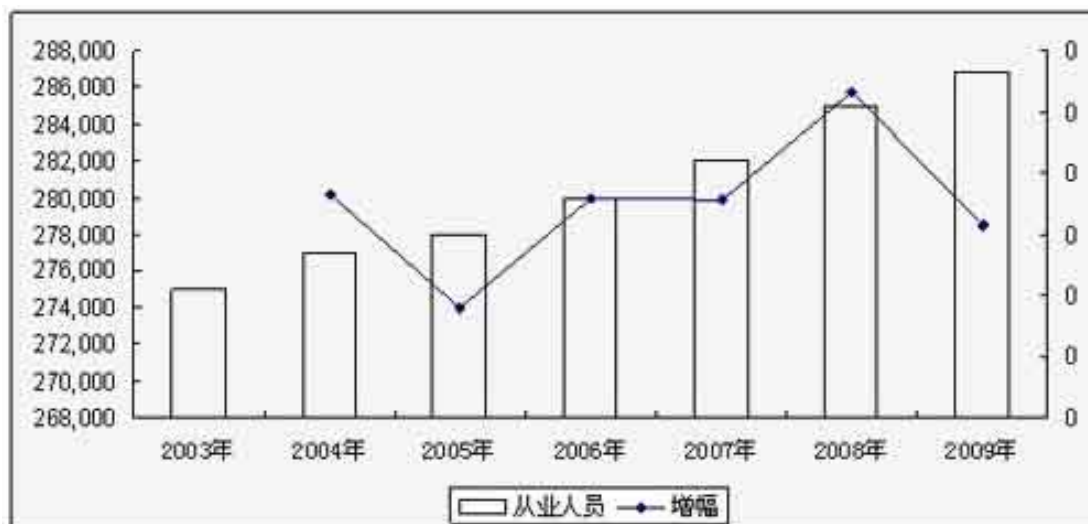
从我们的调查表上来看，有 95% 的被调查者选择了愿意请婚庆公司，所以我们的顾客数量是很大的，规模庞大。婚庆市场也是一个很大的蛋糕。

### 4.3 行业分析：

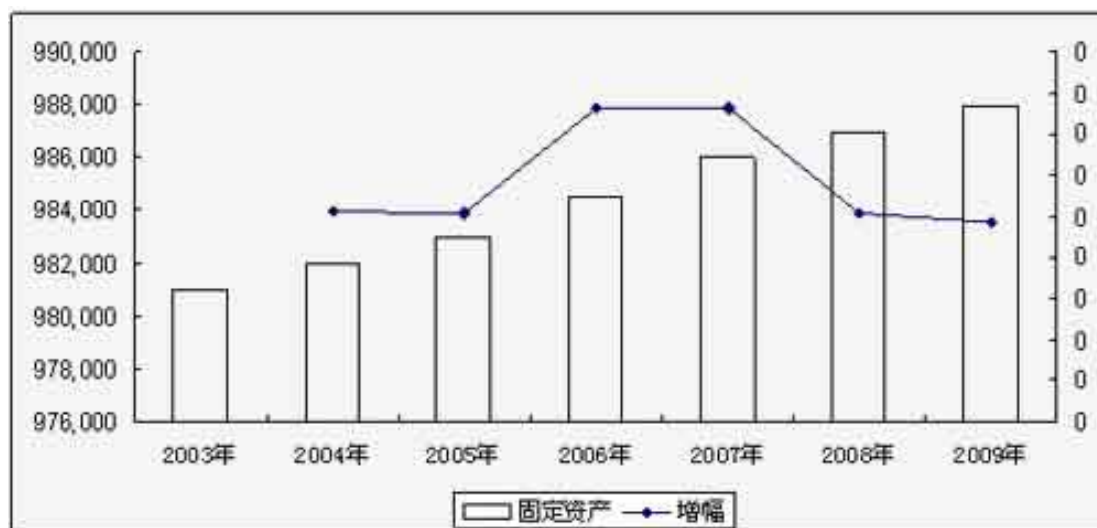
#### 4.3.1. 2003-2009 年行业企业数量发展状况



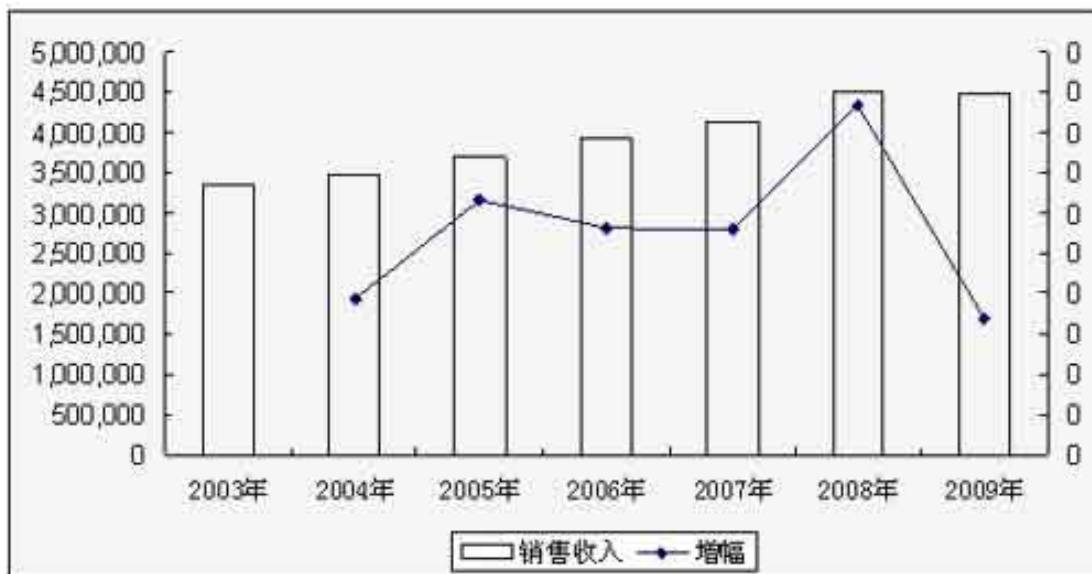
#### 4.3.2、2003-2009 年行业从业人员发展状况



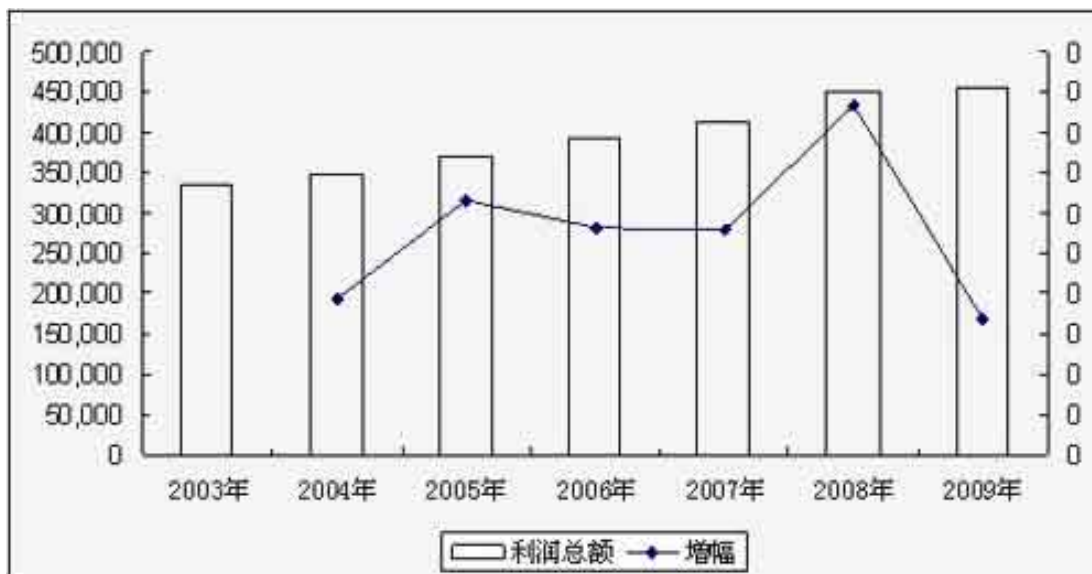
#### 4.3.3、2003-2009 年行业固定资产发展状况



#### 4.3.4、2003-2009 年行业销售收入发展状况

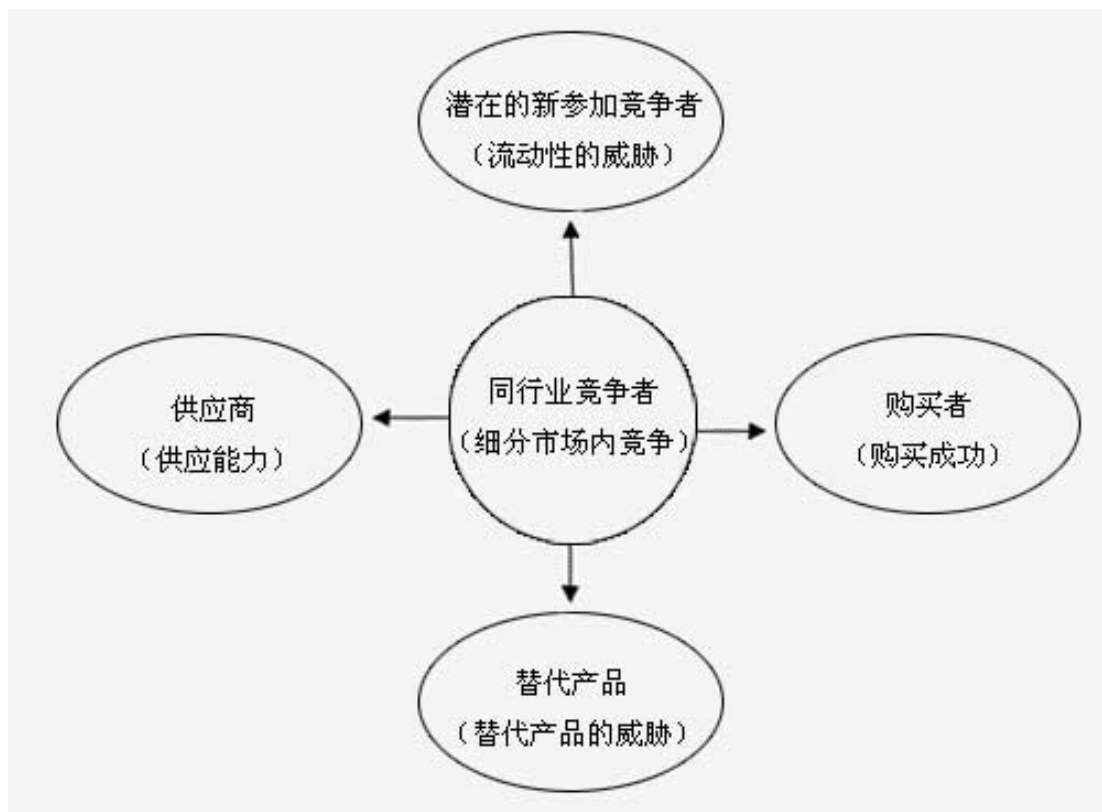


#### 4.3.5、2003-2009 年行业利润总额发展状况



**分析结论：**从统计表上明显表明，03年-09年婚庆行业的行业数量平均每年的增幅是300家，从业人员的增幅是280000人，固定资产的增幅是985000元，销售收入是2500000元，行业的利润总额增幅是25000元。每年婚庆市场的规模的再扩大，销售收入和利润也在逐年增长。09年由于有些传统观念的影响，增幅有所减小，到了2010年，上年积压的潜在顾客必将在今年一齐迸发，婚庆市场将迎来更加火爆的一年。

#### 4.4. 竞争分析（波特五力分析）：



##### 4.4.1 供应商的议价能力：

我公司和酒店和汽车租赁公司是长期合作的关系，在一定程度上，他们是需要我们给他们合作的，这样才能给他们带来更多的效益。餐饮和汽车租赁行业并没有比较固定的市场地位，他们的产品也不具有特别强的特色性，他们同样不可能出现联合或一体化的形式。所以供应方的讨价还价能力是很弱的。

##### 4.4.2 购买者的议价能力：

作为婚庆公司，是一个新兴行业和朝阳行业，在成都迅速走向完善和成熟，但是顾客的总量也是惊人的，所以在这个层面购买者的议价能力是比较弱的。但是现在的各种婚庆公司也没有形成规模，都是些规模比较小的企业组成的，顾客所需的基本上是一种标准化的产品，同时向多个卖主购买产品在经济上也完全可行。再有就是顾客有可能也有能力实现一体化，比如集体婚礼就是卖主走向一体化的表现，但是婚庆公司却很难走向一体化。所以总的来说，对于婚庆市场，购买者的议价能力还是比较强的。

##### 4.4.3 新进入者的威胁：

婚庆公司是一个新兴行业，很多人也看到了这个甜美的蛋糕，也想在这个市场得到一席之地，这个行业的门槛也不高，市场壁垒比较小，所以不多的有进入者，在数量是一个威胁。但是新进入者在规模上也没有很大的威胁，知名度也很低，在品牌上的威胁也是很小的。

#### 4.4.4 替代品的威胁：

婚庆行业是一个服务行业，服务范围很广，服务的流程也比较复杂，所以目前还没有替代品或其他竞争行业的出现。因此对于婚庆行业来说，替代品的威胁是很小的。

#### 4.4.5 现有竞争者之间的竞争：

现有的婚庆公司数量大但规模小，行业进入障碍较低，势均力敌的竞争对手较多，参与竞争参与者范围广泛；竞争者也会用降价等手段促销；竞争者提供的几乎相同的产品和服务，用户的转换成本低；一个战略行动如果取得成功，其收入相当可观。由这几条来分析，婚庆行业现有竞争者之间的竞争是相当激烈的。

**竞争分析结论：**婚庆行业是一个新兴行业，正在走向成熟但很不稳定，这里面有很激烈的竞争，但是也有很大的机会，只要把自己的服务做出特色，这是一个很好的投资行业。

#### 4.5. 市场分析结论（SOWT 分析法）：

内部因素 外部因素	优势 strength	劣势 weakness
机会 opportunity	SO 战略	WO 战略
威胁 threat	ST 战略	WT 战略

##### 优势

- 2、 婚庆市场巨大且尚未饱和
- 3、 汉唐古风的婚庆突出特色化
- 4、 发展的模式走纵横一体化，连锁经营。
- 5、 公司初始创建人才都为投资者，成本较低。

##### 劣势

- 3、 规模小，资金比较薄弱。
- 4、 专业技术人员比较稀缺
- 5、 没有品牌知名度

##### 机会

- 1、 现在中式古风婚礼比较程式化，形式单一。
- 2、 现在婚庆需求还比较大。
- 3、 大婚庆公司对一些小客户市场不够重视。

- 4、 现在消费者在婚庆公司的服务上还有很大的不信任。
- 5、 现在人生活水平提高了，对古风的追求成为一种潮流

#### 威胁

- 1、 面对的市场竞争者规模比较大，实力较强。
- 2、 婚庆目前是一种中高档次消费，消费者对小公司的不信任。

**SO 战略：**发挥优势，利用机会。利用文化优势，将汉唐古风的婚庆特色做大做强。

**WO 战略：**利用机会克服弱势。利用大众不熟悉婚庆情况，应用宣传效果，扩大市场影响，树立自己的品牌和竞争优势，品牌和管理建设全面跟进，认真策划，后来上。

**ST 战略：**利用优势，回避威胁。建立对汉唐古风的特色品牌，利用品质和管理，建立品牌，应对未来的品牌竞争。

**WT 战略：**减少弱势，回避威胁。减少对现有竞争对手的正面交锋，从他们不重视的市场下手，慢慢做强。

## 5、营销计划

### 5.1 营销目标：

#### 5.1.1 产品系列

1~3 年：婚庆策划、婚纱礼服租赁、拍婚纱照、婚庆用品的代购和销售。

4~5 年：婚庆策划、生日 party 策划、寿庆策划、公司年度联欢策划、婚纱礼服租赁、拍婚纱照、婚庆用品的代购和销售。

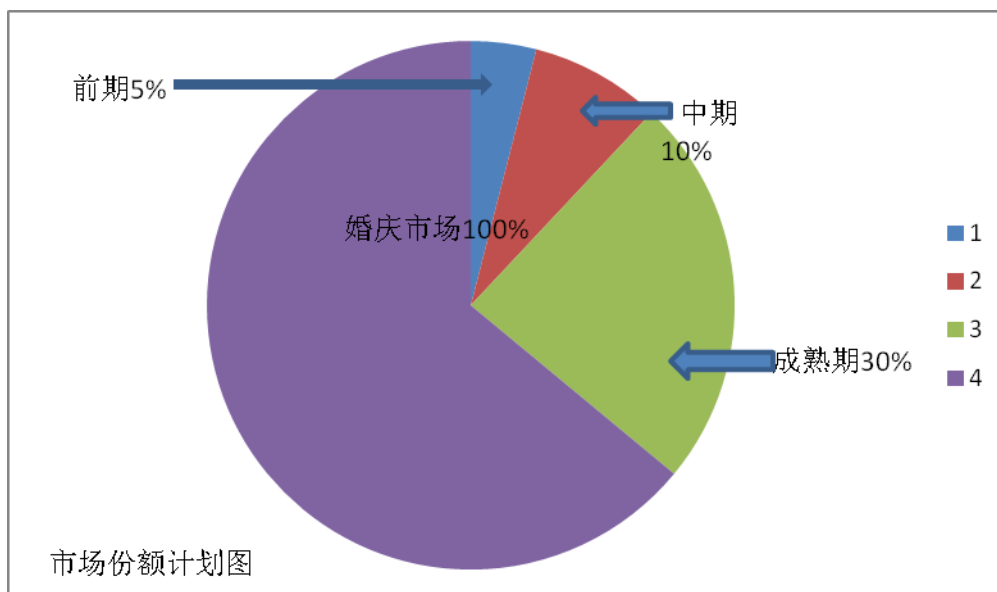
#### 5.1.2 销售区域

A 前期主要针对成都二环及附近中低端市场——在婚庆市场上首先要站稳脚跟，在一些婚庆集团之间成长起来，打出自己的知名度。

B 中期主要是覆盖整个成都市场——在熟悉的市场里形成规模，为以后公司的发展打好坚实的基础

C 成熟期主要向周边城市发展——以成都为圆心，成同心圆式向外发展，这样有利于把整个市场连成一片。

### 5.1.3 市场份额



### 5.1.5 第一个五年销售收入目标

总体目标——三年内扭亏为平，第一个五年实现小额盈利。

具体目标——第一年销售净收入占投入资本的 20%——30%

第二年销售净收入占投入资本的 30%——35%

第三年销售净收入与投资成本持平

后两年实现净盈利 20%

营销目标总体要求企业能在短期站稳市场，只有站稳发展的脚步才能在竞争的市场上抢占市场份额，进一步实现公司长远的发展。

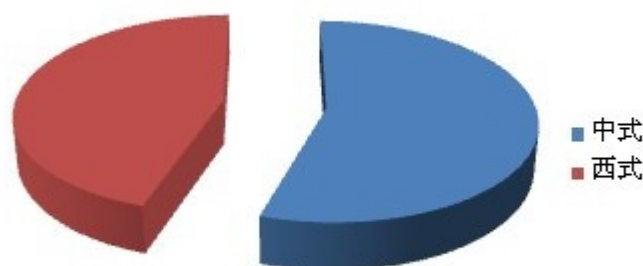
## 5.2 产品策略：

### 5.2.1 产品组合策略

根据调查问卷的结果显示，被调查者中有 65%选择中式婚礼，45%选择了西式婚礼，两块市场的差额不是很大。所以我们的产品组合策略是以中式为主，兼顾西式。特别指出的是，我公司推出的汉唐古风婚礼更是我们的品牌所在。



选择婚礼的类型



### 5.2.2 品牌策略

汉唐古风婚礼是我公司需要精心打造的特色品牌。中华民族的辉煌历史源远流长，汉唐的盛世场面更是让后人铭记和赞颂，而且汉唐的服装华美，很多人喜欢。就像唐装一样，已经成为了中国文化的名片，如今复古的浪潮席卷而来，这股风是挡不住的，基于这几点，我公司制定了打造汉唐古风的品牌策略。

### 5.2.3 服务策略

婚庆行业本来就是服务行业，所以服务是至关重要的。我公司的服务策略的宗旨是以人为本。具体服务如下：

(1) 售前为顾客提供广阔的咨询空间，热情服务。一对一的对顾客进行咨询服务，在咨询结束后，向顾客发名片以及公司和服务简介的册子。

(2) 充分体现公司的高效率，和顾客达成协议后。在最短的时间内做好整个策划方案和流程，交给顾客浏览，如果顾客有建议，再综合顾客的建议进行修改。

(3) 在婚礼中，要全程为新人服务，必须随时有本公司的人员在一旁观看新人婚礼的进行情况，有任何问题及时处理。有任何变化也可以及时安排。

(4) 整个婚礼结束后，请顾客填写一张评价或者是建议卡，这样既能让顾客体会到我们的细心服务，也能改进我公司的服务。

(5) 我公司会对每对新人的结婚时间进行存档，当结婚纪念日到来的时候，可以给他们发出温馨的祝福。让顾客深深体会到我们优质的售后服务。

(6) 为我们的顾客建立 QQ 群，可以让他们在里面畅所欲言，给他们一个很好的交友平台，我们也可以真实了解他们的想法。

### 5.3 渠道策略：

**纵向：**1、和酒店餐饮与车行的长期合作。我公司会和各个等级的酒店

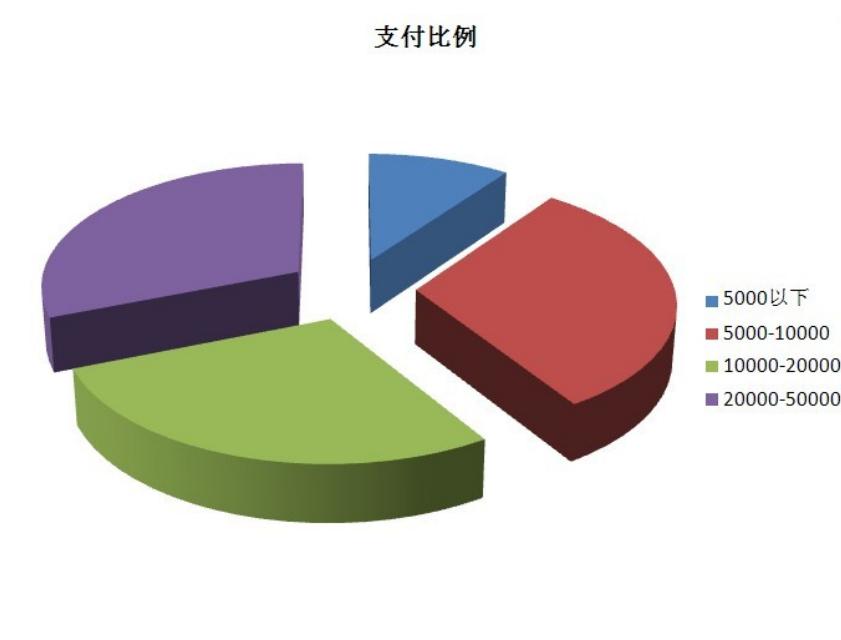
以及车行进行长期的合作，在酒店和车行都会做本公司的广告和宣传，在对顾客婚礼方案进行策划的时候我们也会应用这些企业的服务，从而达到双赢。

**2、和婚纱摄影企业的单向合作关系。**我们会和婚纱摄影公司建立单向合作关系，我们公司有自己的摄影部门，也不会将摄影这一块外包出去，所以如果是婚纱摄影公司给我们介绍的顾客，我们将给他们一定的利润。

**横向：**与其他婚庆公司的合作。跟店面附近的公司也需要建议一定的合作关系，和附近几家公司联合，在一定的日期进行一些集体的外展和宣传活动，也可以赞助一些惠民活动，创造集群效应，打造集群名片。

#### 5.4 定价策略：

我们对被调查人愿意支付数额进行了调查，调查结果如下图所示：



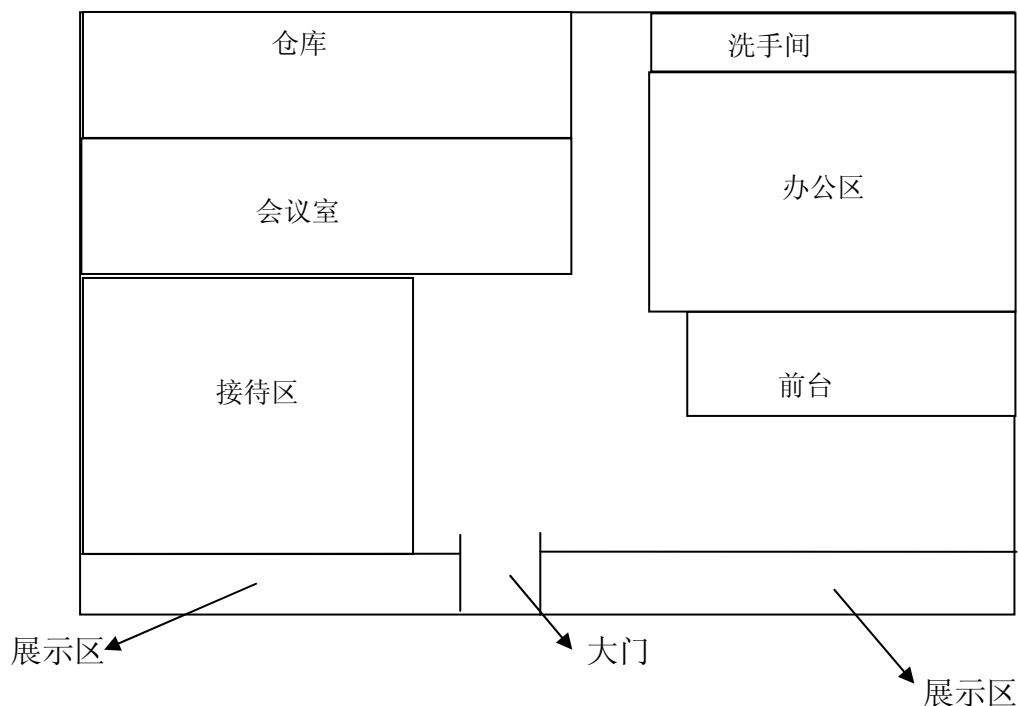
在成立初期，公司将对特色婚礼——汉唐古风进行比较大的宣传，价格也在平均价格之上。因为对于刚进入的公司，只有突出自己的特色，利用自己的优势才能站稳脚跟，顾客对婚庆行业一般不了解，对汉唐古风的价格定位就更是知之甚少，所以我们可以将价格定到适中一点，这样也有利于尽快收回成本，对公司的进一步发展提供资金保障，也有利于吸引顾客对我们的汉唐风去进一步了解。

在公司慢慢成熟的过程中，依然保持汉唐古风婚礼价格的定位。开始多元化发展，中式和西式婚礼同样纳入业务范围，他们的价格定位应趋同行业平均价格。当公司走上连锁的道路时。各种婚礼形式开始划分高、中、低档。满足各种阶层的消费者的要求。将自己公司的市场覆盖面扩展到最大。

#### 6：服务营运计划

## 6.1 店面设计

公司成立初期资金相对较少，主要有展示区、办公区、接待区、前台、会议区、仓库组成，这样使得婚纱摄影业务和婚庆业务距离拉近，一方面有利于顾客的寻找，另一方面弥补了我们与大公司在规模上的差异，有利于公司成本的降低和对市场全方位的接触（不仅仅只是从结婚的消费者反馈市场信息），店面简单装修一下，比较省钱的做法是全部帖上墙纸，不要太红的墙纸，然后挂一些镜框画在上面，显得比较有格调，然后可以去二手办公家具市场买一些柜子，办公桌，很多象新的一样，这样装修下来成本不至于太大，又能达到新店铺的要求



## 6.2 设备实施需求

公司立足于服务行业，介于行业的特殊性和我们公司的实际情况，我们对设施设备进行了统一分类，主要分为办公设备和产品设备。

- ①办公设备：主要有电脑、办公柜台、空调、打印机、摄影摄像机等一系列办公过程中必不可少的东西。
- ②产品设备：主要有婚纱礼服、舞台背景、路引以及一些根据顾客需求定期不定期采购的物品。

## 6.3 产品设备的采购

产品设备除了舞台背景、红地毯、干冰机等一些道具在公司成立就必须购买以外，其余产品设备主要是根据客户对婚礼的需求在婚前的半个月有采购部门进行采购。

## 6.4 店面管理的流程和方法

对外流程：公司店面刚开始需要解决的问题是怎么在当前的市场上站稳脚步，所以在店面还是要加大宣传，一方面加大广告的宣传，一方面在点面上多展出我们的特设服装！在店面进入正常经营以后，我们可以多进行一些辅助业务，例如：生日 Party、寿宴策划，公司年度联欢等等。

对内管理流程：公司一定要做到内外一致，在加大对外宣传的同时，我们还要加大内部建设和管理。首先：我们建立健全了各项规章制度，以制度约束行为。

1、明确各部门的制度，加强部门之间的联系和合作。

2、建立奖惩制度，对进行每月业务评比，对业务成绩好的员工给予一定奖金奖励，对业务差的员工进行扣工资的惩罚，把员工的绩效直接与其收入挂钩。

3、划分和明确各部门职能，对中层干部就行培训和评估。

其次：加强了人员管理，最大限度的发挥员工的主观能动性。我认为人的因素在公司工作中很是重要，尤其是我们这样的刚成立的小企业，在不具有怕大规模的时更加需要员工领导一条心，才能更快的作出业绩把公司很快的腿上正常运营轨道。

## 6.5 经营范围和服务流程

公司经营范围我们进行了一定分期，随着公司的发展程度我们的经营范围会不断扩大，以达到公司业务横向一体化的要求。公司初期：主要经营婚庆策划主办业务、拍摄婚纱照和结婚周年照业务、礼服的出租和出售业务等。随着公司进入正常运营状态，为扩大我们的市场范围，我们在公司业务上除了会进一步推出一些如上面提到的特设业务意外，我们还可以与婚介市场进行联姻，做到从热恋——订婚——结婚一体化服务！这样更加有利于我们在婚庆市场上以特色站稳脚跟。除了横向发展的准备外，我们公司还打算以婚庆为中心进行纵向发展，把婚庆公司、酒店、婚车公司、婚车用品批发公司、以及旅游公司的业务连成一条线，这样既有利于我们公司参与市场竞争，也为消费者提供了更大的选择范围，想消费者所想，为消费者提前预备好一切，这样一定混为我们公司赢得市场的。

服务流程上我们准备采用大体固定的模式，所谓大体固定是指各个流程的时间安排，简介现在婚庆公司的模式，我们和消费者也采取合同与分期付款模式。

1、在消费者决定请我们公司时，我们通过合同的形式进行约定和监督，同时消费者预先支付 40% 款项。

2、在签订合同后，我们会用一个到两个月为消费者策划方案和采购相关婚庆用品。

3、在婚礼前二到三周由主持人、化妆师、以及策划人与新郎新娘进行沟通熟悉。

4、在新人看完会场布置满意后再支付款项的 40%，然后由我们公司派人主办婚庆。

5、婚礼完后结案，客户支付 20% 余款。

## 6.6 服务控制保证

为保证婚礼庆典的圆满完成和让客户百分百满意，我们把我们的服务控制分成两块，一个是婚庆材料的保证；第二个是婚庆方案的保证。

③婚庆材料的采购我们会根据婚期提前做好预期准备，规划好购买的时间，

例如鲜花就定在婚礼当天送购！另外对一些④库存材料，我们派人专门管理，在婚礼举行前就行复查质量，保证让客户在婚礼当天不至于因为材料的问题对婚礼不满意。

婚庆方案为防止客户的不满意，以及其他一些因素的影响，我们会在客户的需求范围内做两套婚庆策划，一方面可以让客户有更大的选择，另一方面可以留下备用方案，充分保证婚礼的顺利进行。

据市场调查现在大部分不愿意请婚庆公司的消费者也是因为对婚庆公司的不信任，对于这点对于婚庆公司是一个不足的地方，所以我们在争取消费者信任上做好了充分准备，尽量做到流程双保险！

### 附注：

- ①办公用品：主要是用于公司日常工作的设备用品。
- ②产品设备：主要是用于婚庆上为客户提供服务的设备。
- ③婚庆材料：婚庆当天用完就不再用的。
- ④库存材料：主要是一些低值易耗品，以及婚庆长期用品。

## 7、组织计划

### 7.1、企业的所有形式

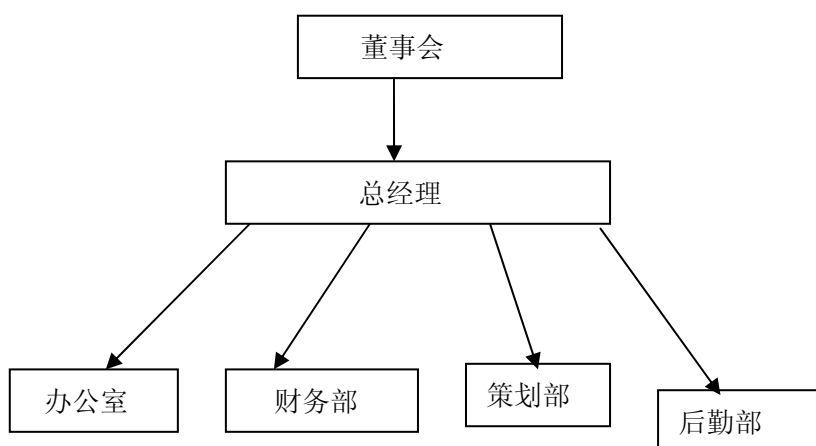
公司在所有制形式上采用有限责任公司，由团队人员分别出资投股。股本结构与构成如下：

股本来源 股本规模	资金入股	
	队长（1名）	其他成员（7名）
金额	7.5万	各2.5万
比例	30%	各占10%

我公司定位于有限责任公司是根据实际情况作出的决定。一：考虑注册资本的投入，政策规定两个以上股东的有限责任公司最低注册资本为三万，这样我们除去注册资本公司会占有更多的留存资本，对于我们公司初期的建设和发展也就留有足够的空间。二：从长远打算，随着我们公司的发展融资就成为必然解决的问题，公司是有限责任公司，以后增加股东，那么在融资上就更加容易。

公司做成有限责任公司，因此公司重要事务的决定由董事会商议决定，董事会成员由公司成立初期的投资者组成，使公司的所有权和经营权分离，这样更加有利于公司的权力合理分配，不易于权利过于集中。

## 7.2、公司组织结构图



办公室：1人，日常办公、会议记录以及其他文档工作

财务部：2人，一人做会计，一人做出纳

策划部：4人，策划婚礼方案，宣传工作和接待客户

后勤部：1人，做采购和仓库管理工作

## 7.3、人才的来源和需求

企业人才方面是很关键的，也是竞争市场的一个重要因素。这样企业需要那些关键的人才？现有状况如何？那些人才不足？不足的从何处招揽？这些问题就成了企业急需解决的。

企业需要什么样的关键人才？这个跟我们企业的业务挂钩的，所以策划人员是我们公司可谓稀缺的人才。为了找到具有艺术创造力的策划人员，我们会把我们的招聘重点放在高校的毕业生身上，除了招收毕业生我还可以招收兼职策划。这样既能充分挖掘新的婚庆方案，又能够不断更新我们的策划方案。

随着公司的发展在公司管理人才方面的需求上也有很大的，特别是中层领导是公司的骨架，也是公司以后组织结构转型的关键所在。管理类人才在目前市场上普片存在稀缺状态，而有管理经验的专业人才更加是少之又少。所以对于管理人才的选拔渠道主要定位于公司内部培养，这样既节约成本，又能充分培养与我们公司相适应的专业性人才

## 7.4、约束和激励制度

激励约束主客体：我们公司主要是有限责任公司，所以股东是主要激励约束主体。约束客体主要是公司员工。只有充分激励和约束股东和员工才能提高公司资金的稳定性和业绩的不断提高。

激励约束目标：主要目标定位于站稳脚跟 ——> 提高业绩 ——> 扩大市场  
——> 分资进行分店投资。整个目标是根据企业整个发展流程来进行定位的，公司各个时期有各个时期的目标，要走的路很长，因此不得不要求股东和员工保持高度的积极性。

激励约束环境：(1) 公司外部环境。一方面通过融资扩大资金链，增强员工对公司的资金信任度。另一方面公司应充分诚信高质量服务，提高公司在社会上的声誉。

(2) 公司内部环境。一方面充分划清部门职能，实行问责制。另一方面，对于员工关心的问题透明化增强员工对公司管理工作的支持力度。

激励约束方式：

物质激励——对员工工作绩效优秀的给予奖金奖励，对绩效差的员工进行给予扣工资的惩罚。另外对业绩优秀的员工给予带薪短假休息。

精神奖励——设立每月员工绩效排行榜，并且和员工的月工资表一起对内公示，对于每月业绩优秀的员工，公司给予机会在部门会议上对部门员工做经验指导。

## 7.5、公司工资和股利分配制度。

公司员工薪酬分配制度——一律采用月薪+提成，提成根据公司当月的盈利多少决定，超过公司营运计划的 5%，按超出部分的百分之五十提成。

股东股利分配制度——股东股利由年终派发，公司留存收益留足利润的 20%，然后进行分派股利，由董事会出通知统一派发。

工资保障制度——为保证员工薪酬发得起的问题。

(1) 公司对员工工资实行这个月发上个月的制度，充分保证为公司业务发生留足时间。

(2) 留足活动资金，为保证员工工资按时足额发放留有余地。

## 8. 财务分析

### 8.1 资金来源

“SWEET 糖”成立初期共筹集资金 25 万元，用作流动资金。公司采用有限责任公司制，发起人出资 7.5 万元（占全部股权的 30%），其余七人每人 2.5 万元（占全部股权的 70%）。

服务业税率为 5%，城建税适用税率为 1%，教育费附加费率为 3%，所得税按 25% 缴纳。

### 8.2 启动资金预算表

启动资金预算表

单位：元

备注	项目	数量	单价	金额 (元)	备注(按直线折旧法 计提折旧，无残值， 为其 5 年)
固定 资产	空调	3	1790/ 台	5370	1074/年
	电脑	4	4050/ 台	16200	3240/年
	复印机	1	300/台	300	60/年
	多功能数码一体 机	1	2100/ 台	2100	420/年
	碎纸机	1	500/台	500	100/年
	DVD 刻录机	1	200/台	200	40/年
	办公桌	7	250/张	1750	350/年
	办公椅	7	100/张	700	140/年
	沙发	2	1200/ 套	2400	480/年



	茶几	2	200/张	400	80/年
	相关经营设备			35000	7000/年
	合计			64920	12984/年
开办费用	装修费(木地板, 粉刷, 吊顶)			35000	7000/年
	开办费用(验资费用, 注册费用, 密码本等)			2000	400/年
	合计			37000	7400/年
经营管理费用	房租		2500/月	7500	70 平方米,先交 3 个月
	房屋保证金			2000	
	电费	一个月		200	
	水费	一个月		100	
	工资及福利			20000	
	员工培训费			4000	
	管理费用			1000	办公费
	合计			34800	
总计				136720	

启动资金共计 136720 元。

### 8.3 主要财务假设

(1) 折旧: “sweet 糖” 固定资产折旧期为 5 年, 按直线折旧法计算, 期末无残值。

(2) 税率: 根据大学生创业优惠条例, 我们可享受第一年免征所得税的优惠政策。

(3) 通过对 “sweet 糖” 未来几年经营状况的预测, “sweet 糖” 能保持较高的利润, 拟定从净利润中提取合理资金作为股东回报。“sweet 糖” 前三年不分股利, 第四年开始分配股利, 按可供分配利润的 20%~30% 进行提取。

(4) 利润分配政策:

- a、税前利润弥补以前的年度亏损
- b、税后利润按 10%提取法定盈余公积金

## 8.4 主营业务收入及费用预测

### 8.4.1 主营业务收入预测

#### 第一年

##### 第一季度收入预测

单位：元

		单场价格	场次	收入
低档婚礼		8000	10	80000
中档婚礼		15000	5	75000
高档婚礼		23000	0	0
汉式婚礼	低端	8000	6	48000
	中端	16000	3	48000
	高端	30000	0	0
合计				251000

##### 第二季度收入预测

单位：元

		单场价格	场次	收入
低档婚礼		8000	8	64000
中档婚礼		15000	7	105000
高档婚礼		23000	2	46000
汉式婚礼	低端	8000	7	56000
	中端	16000	5	90000
	高端	30000	2	60000
合计				421000

第三季度收入预测

单位：元

		单场价格	场次	收入
低档婚礼		8000	5	40000
中档婚礼		15000	6	90000
高档婚礼		23000	1	23000
汉式婚礼	低端	8000	4	32000
	中端	16000	3	48000
	高端	30000	1	30000
合计				263000

第四季度收入预测

单位：元

		单场价格	场次	收入
低档婚礼		8000	9	72000
中档婚礼		15000	8	120000
高档婚礼		23000	4	92000
汉式婚礼	低端	8000	10	80000
	中端	16000	6	96000
	高端	30000	2	60000
合计				520000

8.4.2 主营业务成本预测第一年

第一季度成本预测

单位：元

		单场成本	场次	成本
低档婚礼		6000	10	60000
中档婚礼		10000	5	50000
高档婚礼		18000	0	0
汉式婚礼	低端	5500	6	33000
	中端	12000	3	36000
	高端	25000	0	0
合计				179000

第二季度成本预测

单位：元

	单场成本	场次	成本
低档婚礼	6000	8	48000
中档婚礼	10000	7	70000
高档婚礼	18000	2	36000
汉式婚礼	低端	7	38500
	中端	5	60000
	高端	2	50000
合计			302500

第三季度成本预测

单位：元

	单场成本	场次	成本
低档婚礼	6000	5	30000
中档婚礼	10000	6	60000
高档婚礼	18000	1	18000
汉式婚礼	低端	4	22000
	中端	3	36000
	高端	1	25000
合计			191000

第四季度成本预测

单位：元

	单场成本	场次	成本
低档婚礼	6000	9	54000
中档婚礼	10000	8	80000
高档婚礼	18000	4	72000
汉式婚礼	低端	10	55000
	中端	6	72000
	高端	2	50000
合计			383000

### 8.4.3 主营业务收入预测（五年期）

主营业务收入预测

单位：元

年份		第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	合计
项目							
低档婚礼		256000	281600	309760	340736	374809	1562905
中档婚礼		390000	429000	471900	519090	570999	2380989
高档婚礼		161000	177100	194810	214291	235720	982921
汉式婚礼	低端	216000	237600	261360	287496	316245	1318701
	中端	282000	310200	341220	375342	412876	1721638
	高端	150000	165000	181500	199650	219615	915765
总计		1455000	1600500	1760550	1936605	2130264	8882919

据业内分析，收入以每年 10% 的趋势增长

### 8.4.4 主营业务成本预测（五年期）

主营业务成本预测

单位：元

年份		第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	合计
项目							
低档婚礼		192000	197120	216832	238515	262366	1106833
中档婚礼		260000	300300	330330	363363	399699	1653692
高档婚礼		126000	123970	136367	150003	165004	701344
汉式婚礼	低端	148500	166320	182952	201247	221371	920390
	中端	204000	217140	238854	262739	289013	1211746
	高端	125000	115500	127050	139755	153730	661035
总计		1055500	1120350	1232385	1355622	1491183	6255040

## 8.5 财务年度报表

### 8.5.1 财务年度报表（未来一年）

#### 8.5.1.1 成本费用表

单位：元

季 度 项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
固定资产折旧	3246	3246	3246	3246
装修费及开办 费的摊销	1850	1850	1850	1850
工资薪酬	24000	24000	24000	24000
办公费	1000	1000	1000	1000
员工培训费	2000	2000	2000	2000
管理费用合计	32096	32096	32096	32096
广告费	1625	1625	1625	1625
销售费用合计	1625	1625	1625	1625
水费	300	300	300	300
电费	600	600	600	600
房租	7500	7500	7500	7500
职工薪酬	11500	11500	11500	11500
相关经营活动 支出	179000	302500	191000	383000
主营业务成本	198900	322400	210900	403900
成本及费用合 计	232621	356121	244621	437621

第一年所有成本费用合计 1348984。

### 8.5.1.2 第一年的资产负债表

资产负债表

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
流动资产：				
货币资金	130860	165263	166549	208531
应收账款				
其他应收款				
存货	60000	60000	60000	60000
流动资产合计	190860	225263	226549	268531
非流动资产：				
固定资产	64920	64920	64920	64920

减：累计折旧	3246	6492	9738	12984
非流动资产合计	61674	58428	55182	51936
<b>资产合计</b>	<b>252534</b>	<b>283691</b>	<b>281731</b>	<b>320467</b>
负债：				
短期借款				
应付账款				
<b>负债合计</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
所有者权益：				
实收资本	250000	250000	250000	250000
盈余公积	253	3369	3173	7047
未分配利润	2281	30322	28558	63420
<b>所有者权益合计</b>	<b>252534</b>	<b>283691</b>	<b>281731</b>	<b>320467</b>
<b>负债和所有者权益合计</b>	<b>252534</b>	<b>283691</b>	<b>281731</b>	<b>320467</b>

### 8.5.1.3 第一年的现金流量表

现金流量表

单位：元

期 间 项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
一、经营活动产生的现金流量				
销售商品、提供服务收到的现金	251000	421000	263000	520000
收到的其他现金				
现金流入小计	251000	421000	263000	520000
购买商品、接受服务支付的现金	179000	302500	191000	383000
工资以及其他为职工支付的	35500	35500	35500	35500

现金				
房屋租金	7500	7500	7500	7500
广告费	1625	1625	1625	1625
各项税费(教育附加,城建等)	15000	23000	16500	26500
日常费用支出(水电, 员工培训)	3900	3900	3900	3900
现金流出小计	242525	374025	256025	458025
二、投资活动产生的现金流量				
购建固定资产所支付的现金	64920			
其他现金流出(开办费)	37000			
现金流出小计	101920			
三、筹集变动产生的现金流量				
吸收投资所收到的现金	250000			
现金流入小计	250000			
支付其他与筹资活动相关的现金				
分配股利				
现金流入合计	501000	421000	263000	520000
现金流出合计	344445	374025	256025	458025
现金净流量	156555	46975	6975	61975

服务业税率为 5%,城建税适用税率为 1%,教育费附加费率为 3%

### 8.5.1.4 一年期的利润表

利润表

单位:元

年 度 项目	第一 季 度	第二 季 度	第三 季 度	第四 季 度
一、主营业务收入	25100 0	421000	263000	520000
减:主营业务成本	19890 0	322400	210900	403900
营业税金及附 加	15000	23000	16500	26500
销售费用	1625	1625	1625	1625
管理费用	32096	32096	32096	32096
二、营业利润	3379	41879	1879	55879



加：营业外收入				
减：营业外支出				
三、利润总额	3379	41879	1879	55879
减：所得税费用	845	10469	470	13970
四、净利润	2534	31410	1409	41909

### 8.5.1.5 一年期的利润分配表

利润分配表

单位：元

度 项目	季	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
一、净利润		2534	31410	1409	41909
加：年初未分配利润		0	2281	30322	28558
二、可供分配利润		2534	33691	31731	70467
减：提取法定盈余公积		-253	-3369	-3173	-7047
三、可供投资者分配的利润		2281	30322	28558	63420
减：应付普通股股利					
四、未分配利润		2281	30322	28558	63420

### 8.5.2 五年期的财务预测

#### 8.5.2.1 成本费用表

成本费用表

单位：元

项目	年度	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
固定资产折		1298	1298	12984	12984	12984

旧	4	4			
装修费及开办费的摊销	7400	7400	7400	7400	7400
工资薪酬	96000	96000	96000	96000	96000
办公费	4000	4000	4000	4000	4000
员工培训费	8000	8000	8000	8000	8000
<b>管理费用合计</b>	<b>128384</b>	<b>128384</b>	<b>128384</b>	<b>128384</b>	<b>128384</b>
广告费	6500	6500	6500	6500	6500
<b>销售费用合计</b>	<b>6500</b>	<b>6500</b>	<b>6500</b>	<b>6500</b>	<b>6500</b>
水费	1200	1200	1200	1200	1200
电费	2400	2400	2400	2400	2400
房租	30000	30000	30000	30000	30000
职工薪酬	46000	46000	46000	46000	46000
相关经营活动支出	1055500	1120350	1232385	1355622	1491183
<b>主营业务成本</b>	<b>1135100</b>	<b>1199950</b>	<b>1311985</b>	<b>1435222</b>	<b>1570783</b>
<b>成本及费用合计</b>	<b>1269984</b>	<b>1334834</b>	<b>1446869</b>	<b>1570106</b>	<b>1705667</b>

### 8.5.2.2 资产负债表

资产负债表

单位：元

项目 \ 年度	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
<b>流动资产：</b>					
货币资金	87262	203669	342313	498456	672807
应收账款					
其他应收款					
存货	240000	240000	240000	240000	240000
<b>流动资产合计</b>	<b>275326</b>	<b>404717</b>	<b>556345</b>	<b>725472</b>	<b>912807</b>
<b>非流动资产：</b>					
固定资产	64920	64920	64920	64920	64920
减：累计折旧	12984	25968	38952	51936	64920
<b>非流动资产合计</b>	<b>51936</b>	<b>38952</b>	<b>25968</b>	<b>12984</b>	<b>0</b>

资产合计	327262	443669	582313	738456	912807
负债:					
短期借款					
应付账款					
负债合计	0	0	0	0	0
所有者权益:					
实收资本	250000	250000	250000	250000	250000
盈余公积	13842	19367	33231	48846	66281
未分配利润	63420	174302	299082	439610	596526
所有者权益合计	327262	443669	582313	738456	912807
负债和所有者权益合计	327262	443669	582313	738456	912807

经过五年的经营运作，到第五年资产总额达 912807 元，其中主要是周转存货和货币资金，依据市场的变化及时调整营销计划使资金能够及时回笼，有效周转。

### 8.5.2.3 现金流量表

现金流量表

单位：元

年 度 项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
一、经营活动产生的现金流量					
销售商品、提供服务收到的现金	1455000	1600500	1760550	1936605	2130264
收到的其他现金					
现金流入小计	1455000	1600500	1760550	1936605	2130264
购买商品、接受服务支付的现金	1055500	1120350	1232385	1355622	1491183
工资以及其他为职工支付的现金	142000	142000	142000	142000	142000
租金	30000	30000	30000	30000	30000
广告费	6500	6500	6500	6500	6500
各项税费（教育附加，城建等）	81000	92000	103000	114000	127000

日常费用支出	15600	15600	15600	15600	15600
现金流出小计	1330600	1406450	1529485	1663722	1812283
二、投资活动产生的现金流量					
购建固定资产所支付的现金	64920				
其他现金流出	37000				
现金流出小计					
三、筹集轰动产生的现金流量					
吸收投资所收到的现金	250000				
现金流入小计	250000				
支付其他与筹资活动相关的现金					
分配股利					
现金流入合计	1705000	1600500	1760550	1936605	2130264
现金流出合计	1432520	1406450	1529485	1663722	1812283
现金净流量	272480	194050	231065	272883	317981

注：

现值指数=未来现金流入现值/未来现金流出现值=2130264/1812283=1.175

投资回收期=投资总额/现金净流入量= 250000/317981=2.4

投资回报率=年平均净收益/初始投资额=257692/250000=1.13

本项目投资回收期短，投资回报率较高说明我们的项目有很大的可行性。

### 8.5.2.4 利润表

利润表

单位：元

年 度 项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
一、主营业务收入	145500 0	160050 0	176055 0	193660 5	213026 4
减：主营业务成本	113510 0	119995 0	131198 5	143522 2	157078 3
加 营业税金及附	8100	9200	10300	11400	12700
销售费用	6500	6500	6500	6500	6500
管理费用	128384	128384	128384	12838 4	12838 4
二、营业利润	104016	173666	210681	252499	297597

加：营业外收入					
减：营业外支出					
三、利润总额	104016	173666	210681	252499	297597
减：所得税费用	26754	43417	52670	63125	74400
四、净利润	77262	130249	158011	189374	223197

### 8.5.2.5 利润分配表

利润分配表

单

位：元

年度项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
一、净利润	77262	130249	158011	189374	223197
加：年初未分配利润	0	63420	174302	299082	439610
二、可供分配利润	77262	193669	332313	488456	662807
减：提取法定盈余公积	13842	-19367	-33231	-48846	-66281
三、可供投资者分配的利润	63420	174302	299082	439610	596526
减：应付普通股股利					
四、未分配利润	63420	174302	299082	439610	596526

附录一：

流动比率（CR）=流动资产合计/流动负债合计\*100%

CR>2 资金流动性好，

1.5<CR<2 资金流动性一般

CR<1 资金流动性差，

所以在未来的五年期内如果发生流动负债，则应该将负债的金额分别控制在 183550 元、269811 元、370896 元、483648 元、608538 元之内。

资产负债率 = (负债总额 ÷ 资产总额) × 100%

公式中的负债总额包括长期负债和短期负债。资产总额是扣除累计折旧后的净额。

所以，为保持公司的资产能够合理的组合，我们应把未来可能会产生的负债控制在与资产达到 2: 1 的比例之间，所以预计未来五年期的负债分别不能超过 163631、221834、291156、369228、456403 元。

附录二：

工资表

单位：元

人员	职务/部门	薪酬构成	金额（月）	
王俊杰	总经理	基本薪酬+奖金+福利	3500+	加班费：在国家法定节假日加班者，按其基本薪金的两倍计算当日薪酬，其他加班每日按当地同等职务加班费计算。
刘晓丽	财务部	基本薪酬+奖金+福利	3000+	
何湘邑	财务部	基本薪酬+奖金+福利	3000+	
李龙	策划部	基本薪酬+奖金+福利	3000+	奖金：根据公司效益，年终发放奖金，按利润的百分比分配。
刘玲	公关部	基本薪酬+奖金+福利	3000+	
曾瑞	公关部	基本薪酬+奖金+福利	3000+	提成：外聘人员按完成的定任务获取薪酬
邹凯	办公室	基本薪酬+奖金+福利	3000+	
张文庆	办公室	基本薪酬+奖金+福利	2500+	福利：公司正式员工按其总工资的 14% 为其购买六养老保险和医疗保险。
外聘人员	司仪	基本薪酬+提成	2000+	
	摄像师	基本薪酬+提成	2000+	
	化妆师	基本薪酬+提成	2000+	
	灯光师	基本薪酬 +提成	1500+	
	技术顾问	基本薪酬+提成	2000+	
	策划顾问	基本薪酬+提成	2000+	

## 9.市场风险分析与防范

### 9.1、风险分析。

#### 9.1.1、市场进入风险。

1、市场竞争风险——公司进入婚庆市场面临的首先风险就是竞争者，同行业企业大多为成熟型企业，资金规模比较大、占有一定市场份额。

2、消费者壁垒风险——公司刚成立的小公司很难取得消费者的信任，大部分消费者存在名牌观念。

### 9.1.2、市场开发风险。

随着公司的在行业里站稳脚步，在已占有的消费市场的基础上还需要进一步开发更为广阔的市场。随着公司的发展，和公司市场覆盖面的扩大，我们面对的市场开发风险也会随之出现。

- 1、 产品开发风险——婚庆方案以新颖独特为最佳，新方案的开发到实行需要速度最快，如果开发太慢，市场需求不能及时达到满足，公司业绩也就无法提高。如果实行太慢，市场上也有可能就会出现类似产品，方案的新颖性优势也就不能很好的利用。
- 2、 资金风险——公司的发展离不开资金，只有充足的资金链才能更加好的拓展市场，保证在市场竞争中强有力的竞争实力，不至于被竞争对手从资金上拖死。如果资金链一旦断裂，企业的创新方案或者一些辅助业务也就没有办法实施进行。
- 3、 技术风险——市场要拓展，产品就是市场的开拓者，婚礼是人生的重大事情，每个消费者都希望婚庆公司能为自己做出高质量的婚庆。一方面技术不好，婚庆质量会受到很到影响，做出的是低质量的婚庆，企业就失去消费者的信任，从而被淘汰。另一方面如果技术不到位，可新颖的方案也做不了，这样难免会失去市场时机。
- 4、 策略风险——公司策略关系公司发展，如果策略失误，开发的市场有可能是公司不应该进入或者战时不宜进入的市场，最终把公司资金投错方向，让资金被套住，导致资金链的断裂。

### 9.1.3、市场运营风险。

市场的正常运营不能缺少的因素主要有市场信息因素、市场管理因素和市场的控制因素。

- 1、 市场信息因素——主要包括市场消费水平、竞争者和市场消费倾向。一个市场就是企业生存的一个小环境，企业要生存，主要还要了解服务对象的要求，找准服务方向，另外不可忽视的是同业竞争者的情况，只有知己知彼才能在市场激烈竞争的环境里不被淘汰。
- 2、 市场管理因素——市场里企业是作为一个组织在运营，因此市场管理主要体现在产品质量管理、产品生产决策管理以及对市场政策环境的分析。如果管理不善，可能导致运营的混乱，一方面失掉市场，另一方面被竞争者超越甚至被市场淘汰。
- 3、 市场控制因素——市场在发展，也在变化，市场不可能完全按照我们所预测的那样发展，一些突然发生的变化还是存在的，因此公司控制能力就体现在公司的市场应变能力。如果公司没有控制市场变动的能力，只是一味程式化发展，可能在真正面对突然变化时会措手不及，为公司运营带来损失。

### 9.1.4、财务风险

财务风险与企业筹资相关，筹资结构的变化可能造成所有者权益的可变性和偿债能力的不确定性。影响财务风险的主要有以下几个方面。

- 1、 企业的资产负债率水平——负债在资产中的比重越大，利息费用支

出就越大，由于收益降低而导致丧失偿付能力或者破产的可能性也增大，财务风险也就越大。

- 2、企业投资回报水平——根据财务原理，一般投资决定筹资。当企业投资收益率高于借款利息率时，借入资金比例越大，企业收益率就越高；当投资率低于时两者成负相关。
- 3、企业现金流量和资产的流动性——由于企业偿债形式大多是现金及等价物，即使一个企业有大量的账面收益，财务风险也不可能避免，资金周转期太长也有可能带来企业红字破产。

注：详细数据分析见财务报表及报表附注。

### 9.1.5 防范风险措施

1、市场定位——公司进入一个市场要找准自己的定位，面对竞争选择好自己的应当对方式，避开与成熟企业的竞争。

2、市场分析——在进入一个市场时，需要反复对其进行市场调查，对市场调查信息分析，达到对市场的变动分析。

3、培养和组建科学的管理机构——管理的效率不仅下需要个人专业的技术经验，还需要进行科学的组建结构。

4、决策控制——进入市场时 要想好退路，做好策略控制工作，以便于公司进入市场能进退自如，不至于被套住资金。

## 9.2、资金可能退出方式

公司的投资并不是追求企业的经营性回报，而是其市场价值的整体提升，所以在企业创业初期投资就应当选好有利于自己的方式和时机退出市场，提前选择资金退出也就是“结婚前就考略好如何离婚”。

从我们公司性质出发，面对上市、出售、回购公司股份和破产清算等方式，我们最终决定选择上市。公司选择上市主要考虑的因素有以下几个分析。

1.我们公司主要以投股筹资创建，可能在融资方面吸引资金也会抛售一部分股票，因此上市可以取得比其他方式较高的投资回报。

2.公司上市有利于保证企业的独立性。就算上市吸收了一些公共股东，但不会影响企业的经营运作。

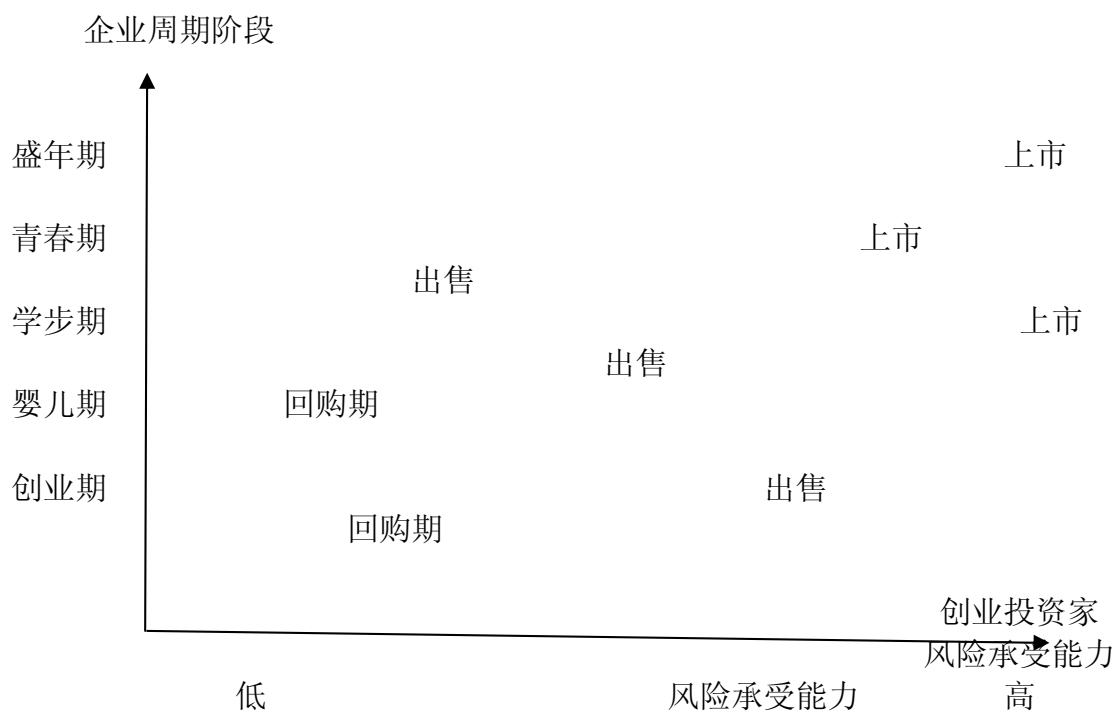
3.保证了公司后续资金的持续性。公司上司能够筹措到比较宽裕的资金。

4.有利于提高企业的知名度。

### 9.2.1 退出时机的选择

退出时机的选择对企业而言非常重要，退出太早，难以达到创业投资支持创业的企业的发展的目的，也不利于创造理想的回报，退出太晚可能造成巨大的成本。





由图不难看出各种方式的退出时间都是一定的，决定上市就要求企业承受能力要强，退资上市一般在青春期和盛年期。至于完善的退出时机和方式还需要根据以后公司的具体发展情况和具体的市场环境。

附录：

创业小组成员：

王俊杰	08 会计	组长
刘晓丽	08 会计	组员
何湘邑	08 会计	组员
张文庆	08 会计	组员
周凯	08 行管	组员
刘玲	08 广告	组员

指导老师：杨骊