# 婚庆礼品推广策划方案

来源：网络 作者：琴心剑胆 更新时间：2025-07-18

*第一篇：婚庆礼品推广策划方案目录一、婚庆市场分析二、产品主题推广（一）产品价值提炼（二）产品文化内蕴（三）产品宣传文案系列一：龙凤杯、龙凤碗系列二：同心筷子、幸福汤勺、咖啡勺系列三：龙凤镯三、产品市场拓展（一）传统营销方式：（二）网络营销...*

**第一篇：婚庆礼品推广策划方案**

目录

一、婚庆市场分析

二、产品主题推广

（一）产品价值提炼

（二）产品文化内蕴

（三）产品宣传文案

系列一：龙凤杯、龙凤碗

系列二：同心筷子、幸福汤勺、咖啡勺

系列三：龙凤镯

三、产品市场拓展

（一）传统营销方式：

（二）网络营销方式：

深圳珍华婚庆礼品推广策划方案

一、婚庆市场分析：

婚庆产业作为正在成长中的“朝阳产业”，孕育着巨大商机。来自民政部等部门的统计显示，中国每年有近1000万人喜结良缘，全国每年因结婚产生的狭义消费总额达到了3000亿元，占国民生产总值的2.5% 以上。而2025年无疑成为了中国婚庆市场的又一个春天，全年有1800万对左右新人结婚，婚庆消费突破2万亿元。以床上用品、礼品、糖果、酒类等为代表的轻工类产品则在婚庆消费中占到30% 左右的份额，达6000亿元。

婚庆礼品市场前景广阔，厂家也各出奇招，以“喜庆”、“时尚”、“高档”、“品位”为关键词，推出各色婚庆产品抢夺市场。但总的来说，目前市场上产品趋于雷同，品牌特色不明显，个性与内涵并具的婚庆礼品并不多见。综上所述，深圳珍华应从以下两个方面努力打造自身品牌：

1、强化产品的个性色彩，使之在同类产品中具有不可取代性；

2、挖掘产品的文化内涵，用华丽而低调的传统元素提升产品的品位，增进产品的市场知名度。

二、产品主题推广：

现代社会物欲横流，诱惑丛生，婚姻面临着来自外界的各种考验，纯洁忠贞、一生不渝的情感显得尤为珍贵难得。而贵公司代理的福建手工类纯银器皿，如S990高纯度纯银龙凤酒杯、龙凤碗等，以元代宫廷金银文化为底蕴，以福建民间传统手工艺为特色，正好可与人们“向往忠贞不渝的古典爱情”这一心理期待联系起来。

（一）产品价值提炼：

深圳珍华手工纯银器皿不仅是简单的婚庆礼品，更是一份珍贵的爱情契约，它象征着夫妻白首同心的忠贞；此生不变的相守，它时刻提醒夫妻双方履行自己的责任，忠诚于自己的伴侣；它凝聚着“执子之手，与子偕老”的古典纯爱，告诉新人们相守一生的爱情在

1这个浮躁的社会里是多么稀缺与宝贵！

主广告语：相守一生，见证俗世红尘中的古典纯爱！

（二）产品文化内蕴：

既然是以元代宫廷金银文化为背景，那么贵公司的产品完全可以与同样出自元代的一部经典爱情名著联系起来——即：元代王实甫的《西厢记》。《西厢记》中莺莺与张生的爱情流传千古，若将这段爱情佳话加入贵公司的品牌故事里，必能为贵公司的产品锦上添花，从而起到极好的宣传效果（若有需要，我愿为贵公司做这方面的工作）。

（三）产品宣传文案：

三、产品市场拓展：

（一）传统营销方式：

1、招商加盟：寻找加盟代理商，建设各地珍华手工纯银器皿专卖店。

2、媒体广告：如愿意投入较大成本，可选择赞助电视台的知名婚恋节目；如目前经济实力有限，可考虑在报刊、杂志上发布特色软文、通稿及婚恋唯美短文等。

3、户外广告：利用城市灯箱、电梯广告、移动电视等进行产品宣传。

4、合作推广：与影楼、婚纱店、旅行社、婚介中心、百货公司、婚礼策划公司等合作进行产品的营销推广，利用他方的市场资源来宣传珍华的手工纯银器皿。

5、促销宣传：在“五一”、“十一”、春节等婚庆礼品的市场旺季，推出以“守望古典爱情”等为主题的市场促销活动。

6、活动营销：组织开展一些有影响力的大型婚恋活动，如：大型复古集体婚礼、“寻找古典爱情”之全国十大恩爱夫妻评选、“这个时代还有古典爱情吗”之大型婚恋论坛等。

7、事件行销：利用社会热点事件进行新闻炒作。如：对一方身患重病，另一方仍不离不弃的恋人（夫妻）予以资助和产品捐赠；对目前中国最长寿的夫妻颁发特制的珍华手工纯银器皿及金婚纪念章；借一些社会上吵得沸沸扬扬的婚恋事件（如去年的姜岩、王菲事

3件）予以炒作，发出“这个时代还需要古典爱情吗”的追问，号召社会重建古典纯爱，树立并加强珍华手工纯银器皿是21世纪“爱情契约”的独特品牌形象，等等。

（二）网络营销方式：

1、网站SEO优化。

2、网络软文、通稿。

3、论坛发帖（要有争议性，并与社会热点问题相联系），提升人气。

4、开设各种网店。

5、与网络婚恋、交友网站联合开展相关活动。

6、组织网上“古典爱情”大讨论、相关网上婚恋论坛等。

7、利用某些网络事件进行炒作宣传。

PS：用心之作，希望对您有所帮助。

若有任何问题，可随时与我联系。

QQ：49570089

龙起凤 2025-12-26 4

**第二篇：礼品推广方案**

礼品品牌推广策划方案

一、品牌之路

产品 → 品牌名 → 货真价实的标志及满意的保证 → 社会性的品牌价值 → 品牌再保证 → 品牌经验相对于产品经验 → 品牌个性 → 完整的品牌

二、对礼品市场的研究与分析

1.关于礼品

在人际交流层面，礼品承载了人们深深浅浅的文化表达和情感寓意，礼品是一种无声的宣言。它清清楚楚地宣告了赠礼者与受礼者的关系：是普通朋友、邻居亲戚、商业伙伴、上司下属还是亲密爱人„„

同时，受赠者可以从礼品中衡量出赠礼者的品味兴趣，甚至包括赠礼者的智慧、才干、情感、气质。在这个意义上，礼品承载着人们的性情品质，俨然成为一种特殊的社会艺术形态。

在个体与集体，集体与集体之间礼品扮演更为重要的角色，尤其是国宾礼品、商务礼品、收藏礼品，形式用意都更上一个层面。礼品是国家文化的桥梁，文化失和的弥合剂，好的国宾礼品和商务礼品往往能够起到意想不到的效果，拉紧国家之间、企业单位之间的距离，消除误会和隔阂。2.关于礼品市场现状

（1）送礼意识较强，但礼品大众化

年年如此送礼，送的人觉得缺乏新意，很难尽心意；受礼者在时觉得礼品太俗，但又不好拒绝别人的心意，所以弄得双方心里都很尴尬。

（2）礼品知识缺乏，送礼随波逐流

遇到需要送礼的时候，大家都随大流，广告上今年送礼送什么，往往过一次生日、或春节，相同的礼品收一大堆。（3）礼品市场散乱，称心礼品难寻

什么都可以成为礼品，但适合的礼品，个性的礼品、称心如意的礼品很难寻找，不知道到哪里去买。（4）缺乏品牌经营，专业度不高

目前，中国已有的礼品公司绝大多数局限于广告礼品，另有极少数的商务礼品公司，婚庆礼品公司，但婚庆礼品公司以活动策划为主，礼品仅为附带业务，可以这样说，中国现在没有一家多方位经营的综合礼品公司，更没有大众礼品品牌。3.关于礼品市场潜力

（1）生日礼品市场，有多少人过生日，就有多大市场

中国是世界上人口最多的国家之一，每年都不知道有多少人过生日？而每一天又有很多新出生的婴儿，因此生日礼品这个市场也是值得大家去开发的。

（2）节庆礼品市场，有多少节日，就有多大市场

传统节日：春节、元宵、清明、端午、七夕、中秋、重阳、冬至、腊八等数。

西方节日：西方情人节父亲节、母亲节、愚人节、感恩节、圣诞节等。法定节日：元旦、三八国际妇女节、五一国际劳动节、五四青年节、六一儿童节、七一共产党生日、八一建军节、教师节、十一国庆节等。

（3）商务礼品市场，有多少机遇，就有多大市场

竞争加剧，合作的重要性必然加剧，市场化的中国，人际交往、公共关系作为纽带，在发展人脉、扩展社会资源、市场资源方面起到不可替代的作用，对商务合作伙伴、目标客户、顾客、资源控制者进行感情投入不可避免，这就开创出一个全新而巨大的市场——商务礼品市场。4.综上所述可以得出以下观点：

整个礼品市场目前还不成熟；礼品市场的前景广阔、市场巨大；亟需体系完整的礼品品牌出现；礼品市场无淡季；礼品需要个性化；

三、竞争品牌的分析结果

发挥00礼品的独特卖点，进一步扩大市场规模和典型。建立独特的品牌个性与品牌形象。一个鲜明的核心概念是一个品牌突围而出的关键。品牌概念贯穿所有传播活动。抢占成熟礼品市场份额。迅速建立行业权威形象，与跟进品牌拉大距离。

四、对消费者的分析

1.普通消费群体

逢年过节送礼的普通老百姓，不管他们是谁：学生、白领、大夫还是长辈„„在节假日人人都会送礼。

他们送礼更注重礼品的实用价值，不需要太奢侈，能够代表一定的意义即可，目的在于维系感情。2.中高端消费群体（商务用途）

他们是这个城市、这个社会、这个行业里的特殊份子，正过着别人眼中的美好生活，他们或许是政府部门工作者、或者是私企领导者，一定的财富与名望使他们更追求一种品味，对礼品的档次也追求较高。

他们送礼的目的，则更加明确，希望通过礼品发展人脉、扩展社会资源，获得更多的商业机会。3.政府、企业、汽车4S店等

政府机关、企业等作为福利发放礼品给员工，逢节庆假日时礼品的团购在所难免，目的在于鼓励员工。注重礼品的象征性意义和纪念价值。

汽车4S店为了增加销售，每个季度都会做一些自驾游，店头活动等吸引客户，聚集人气或维系老客户，活动现场的礼品赠送也是一大亮点，所以比较注意礼品的采购，他们是不可忽视的消费群体。

五、面对的机会和挑战

1.机会

（1）品牌策略后的品牌偏好。（2）送礼的理性诉求逐渐增强。（3）礼品市场潜力巨大。

（4）区域性唯一的礼品团购批发中心。

（5）先于同和行推出“售会员卡带动销售”的营销模式。2.挑战

（1）进入市场的时间较短，知名度不高。

（2）礼品品牌鱼龙混杂，消费者难以选择。（3）产品暂无品牌意识。（4）产品的同质化程度高。

（5）功能相同的产品多而杂，消费者选择机会多。

六、品牌策略

1.品牌愿景

通过对礼品品牌的整合推广，尤其是对其会员卡的推广过程，逐步建立品牌知名度、品牌美誉度，以期带动销售，最终将该品牌打造成为国内礼品行业中的知名品牌。2.品牌核心信息

优质的一站式服务。区域性唯一的团购批发中心。专人导购。温情路线，人性化关怀。3.品牌传播主题：

00礼品，您身边的礼品管家

七、创意表现

创意表现为广告投放的平面设计效果图等，待提案确定后后期跟进。

八、推广策略

1.传播目标

（1）市场策略：协助达到20113000张的会员卡销售指标，扩大市场占有率。

（2）广告目标：建立独具竞争力的品牌形象，稳固品牌地位。加强产品功能诉求，保留现有消费，扩大新的消费群

（3）传播时间：2025年6月——2025年12月。

第一阶段（进入期）2025年06月—2025年09月；第二阶段（巩固期）2025年09月—2025年11月；第三阶段（加强期）2025年11月—2025年12月

2.推广促销策略

（1）节假日、周末日、促销活动策划、推广。（2）户外活动：到写字楼上门推销，办理贵宾卡等

（3）DM单（传单、小张等打响知名度）：在人流量大的区域散发，以扩大知名度。

（4）国庆节、中秋节、春节等主题活动策划、推广策略。

如：“喜迎国庆、00有礼”、“共庆佳节，豪礼迎宾”等为主题，进行主题促销活动，主要方式是以“会员卡”为载体，将礼品与会员卡绑定促销；中秋节以月饼等元素为出发点宣传促销，吸引群众。（5）网络营销

建议到各个分类信息门户网站上添加分类信息，增强媒体曝光率，并优化搜索引擎，做百度推广，采取竟价排名的方式获得竞争优势。3.会员卡推广策略

（1）打造专业的销售团队

组建8—10人的专业销售团队，利用一个月的时间覆盖各大写字楼、银行、汽车经销商等，主动推销，在促进会员卡销售的同时扩大知名度。

具体事项：人员招聘、销售团队组建、销售人员培训、绩效考核体系建立等。（2）电话营销

以电话为载体，通过电话营销的方式，推销会员卡，主要对象为有送礼需求的企事业单位，大件物品经销商，如汽车经销商，庆典活动策划公司等。

具体事项：人员培训、消极考核体系建立等。（3）节庆户外定点营销

逢节庆时，到人流量大的户外场地，在居民小区设点进行营销，以散发传单、办卡送礼等形式带动会员卡的销售，扩大品牌知名度。

具体事项：物料设计、人员分工等。（4）捆绑式营销

与其他单位合作，互惠互利，以变相赠送的方式推销会员卡。（5）与媒体合作

与电台合作，冠名或协办互动性的栏目，并提供奖品，奖品可以是实物，也可以是会员卡，一箭双雕，既扩大品牌知名度又促进消费。（6）公关策略

与活动策划公司合作，举办公关活动，比如路演、赞助小型的活动等，以奖品或赠品的形式推广会员卡。4.媒体传播

（1）主流报刊、杂志介绍“00礼品”品牌概念

（2）短信（获取市内各大企事业单位老总信息，采用群发形式突出自身优势）。

（3）店铺彩旗宣传（周边商圈氛围提升）

（4）写字楼电梯平面广告（突出00礼品品牌概念）

（5）广播电台媒体宣传：以“会员卡”为载体在电台推广，扩大知名度，脚本示例：还在为送礼而烦恼，来00礼品团购批发中心吧！轻松拥有会员卡人人都是VIP，一件也批发。

（6）公交媒体形象宣传：选用车身和新式站牌为载体投放广告。

九、经费预算

各类媒体传播所需经费约为15000元

**第三篇：婚庆公司推广方案**

北京幸福家婚庆连锁机构德州工作室推广方案（初稿）

针对目前婚庆行业的客户，主要集中在80后和部分90后之间，该客户群特别是80后客户群，经历了改革开放不断摸索创新的过程，他们对新鲜事物有着强烈的尝试欲，敢于创新。有着不拘一格的行为方式。80一代有着创新拼搏的胆量，亦有着前辈不会像也不敢想的特例思维，因为，他们在童年、少年时期经历的国家大的经济形势的变化，和生活的日新月异，而使得该人群敢于挑战，又因网络的不断发展，使得80一代对信息的掌握渠道多来自网络，他们生活节奏快，喜欢麦当劳、KFC等快餐，无心浏览纷繁的电视广告，而乐于通过搜索引擎直击信息。他们无心在商场中细心挑选，而是更乐于网络淘宝、团购等新的消费形势。因此，目前推广婚庆产业，应注意传统媒介和新生媒介相结合。

首先,传统的媒体发布，传统媒体无外乎报纸、电视、户外广告等，针对我公司实际情况，特作如下规划：

1、电视游动字幕10天，内容：北京幸福家婚庆连锁机构德州工作室承接

中高档婚礼，电话\*\*\*\*\*\*\*，4元每字，约30个字，卫视和地方台，约14个频道滚动播出，每天约120元，10天共计1200元；

2、单页发放：印制单张彩页2万份，0.075元/份，计1500元，以高端婚

庆公司登陆德州，前100对新人抢订有礼为主题，进行开放式宣传。

3、祥瑞广告1/2版投放3期，主题配合单页内容。1/2版2500元每期，（还可以优惠，见面后详谈），计7500元。

其次，网络信息传播

1、要优化网站关键字，或者说企业、产品的关键字，和网站内容 提高网站的排名。

2、通过问答营销和论坛帖、新闻提高企业、产品的口碑和知名度。

3、可以通过事件营销或者炒作，来吸引媒体的关注，再次高度的提高知名度。

有了口碑和知名度，再加上网站的排名靠前，相信公司业务量也会很快的增高，突破行业竞争的。

4、博客营销。在各大知名博客建立自己的相关博客，每天坚持更新数篇文章，写一些原创性文章，这样可以通过大型站点的搜索排名比较高的特点来带上自己站的知名度。

5、E-mail营销。用E-mail发邮件时，首先要确定目标客户邮件列表，发送的邮件内容必须是能为对方提供他的需要的。这样才能吸引住你的客户。另外如果用户留下姓名和邮件地址，会立即收到一批免费电子书。开展Email营销需要解决三个基本问题，向哪些用户发送电子邮件、发送什么内容的电子邮件，以及如何发送这些邮件。这三个基本问题进一步归纳为Email营销的三大基础，即：Email营销的内容、用户的Email地址资源、Email营销的技术基础。

6、百度贴吧，QQ群。这是一个较长的过程。建立围绕自己站点的QQ群，和贴吧。这需要经过一段时间的经营。

7、行业论坛的利用。在知名度、流量比较高的行业论坛（如天涯论坛）混人脉，发贴。以提高自己网站在行业内的知名度。

再次，就是阶段性宣传促销，针对不同的婚礼旺季，推出阶段性的优惠方案，具体执行可结合婚纱店促销方案。

总之，宣传无处不在，我们应根据公司的发展现状和市场的需求情况，适时做出宣传调整，注重宣传效果和成本相结合，分步骤、分阶段进行推广，该推广方案只使用于当前一段时期，今后幸福家如何推广有待做出市场分析和行业竟品分析后而定。

**第四篇：婚庆策划方案**

一、婚礼日期、地点

1.吉日：2025年4月27日(古历3月25)2.地点：洛南县华阳大酒店 信合大酒店

二、确定伴郎、伴娘

伴郎： 伴娘： 婚礼总顾问：

四、确定主婚人、证婚人

主婚人： 证婚人：

五、发布结婚通知及发放喜糖

1.发喜贴给亲友

2.电话通知外地亲友

3.委托亲友通知

4.及时反馈亲友受邀信息

5.对于重要亲友再次确认

六、准备新郎新娘婚纱礼服(化妆 负责)

七、准备婚礼用品

1.自备物品：

(1)结婚戒指

(2)糖

(3)红包

(4)烟、打火机

(5)白酒、饮料、啤酒、香槟酒

2.酒店提供

A、婚宴场地布置(.)

(1)背景、拱门、红毯、喜字、彩带、拉花

(2)鲜花(新娘手捧、花童各一)

(3)主桌鲜花2桌

(5)糖、烟、饮料

(6)结婚蛋糕塔

(7)香槟塔一座，香槟一支

(8)礼炮6支

(9)40个粉红气球

(10)鲜花

(11)托盘

(12)主婚人、证婚人、新娘、新郎胸花各一

(13)新郎新娘敬酒2瓶

(14)贵宾签到处布置(笔、本、台、花)

(15)迎宾牌、迎宾小姐

(16)婚宴现场音响效果

(17)新娘房一间

(18)婚车一辆，提供花车装饰

(19)车辆停放

(21)棋牌娱乐、茶水、麻将8副

(22)早餐 晚餐

其他：(1)司仪

(2)摄像

(3)记录刻录光盘

(4)双方父母、伴娘、伴郎、贵宾、新郎、新娘、主婚、证婚胸花(14套)

八、婚宴预约

1.估计来宾人数(共计\*人)

2.估计酒席数量(预定\*桌，备\*桌)

3.婚宴地点(大堂 包房 间)

4.确认中、晚餐酒席菜单、价格(个菜，单价 元/桌，晚餐 个菜，单价 元/桌)

九、婚礼化妆预约月—日—上午—，影楼(陪伴)

十、婚庆车辆安排

1.预约扎彩车时间地点

2.确定婚礼当天婚车行进路线及所需时间 3.预约婚车辆

十一、确认帮忙的亲友，并明确分工(名单另附)

总管： 负责总体指挥协调及指导各项工作

总协调： 负责总体现场协调、布置现场、接待工作、负责联络、沟通各项工作。

司仪： 负责主持结婚典礼及指导各项工作。

证婚人： 负责宣读结婚证书并致词。

行程总管： 负责全程迎亲引导、迎亲主持，带领新人在宴会上敬酒。

车辆总管： 负责全程车辆指挥，协调物品还送，新人家属接送，司仪及客人接送。

物品主管： 负责工作人员用餐，和喜字婚纱海报管理。

鞭炮主管： 负责放炮，彩带工作，协调联络两方燃放时间及补缺工作。

酒店主管： 负责协助做好酒店布置，协调工作与物品主管协作摆放烟酒等工作。

接待工作： 负责桌位的摆布，客人的入席分布及接待工作，父母讲话的发言稿。

迎亲线路： 负责人： 头车司机：

全天工作准备工作：吹气球、贴室内及户外喜字(席卡、布置新房、司仪礼品的分装、厨师、礼仪人员礼品包准备)

十二、确认婚礼当天要发言人的准备情况

1.主、证婚人发言准备情况

2.新人发言

十三、最后检查所有物品并交于专人保管

1.新衣、新鞋

2.结婚证书

3.戒指

4.红包

5.要佩戴的首饰

婚礼当天流程

6：00 起床

6：30-7.30

7：30-8：30新娘化妆

9：00-10：30 迎亲

10：00 将糖、烟、酒、茶、饮料等带至酒店(负责人：XXX)

10：10 最后检查酒席安排、音响、签到处等细节(负责人：XXX XXX)

10：30 准备好新郎新娘迎宾用的香烟、打火机、糖(负责人：XX)

11:00 主持人准备，伴郎、伴娘、，音响准备，结婚证书、戒指准备，气球、彩带到位

11:10

(1)新人入场，追光，奏乐，彩带、抛气球、放礼炮

(2)主持人介绍

(3)主婚人致辞

(4)证婚人颁发结婚证书并致辞

(5)新人父母上台

(6)新郎新娘交换戒指，三鞠躬

(7)新人给父母敬茶

(9)双方父母退场

(10)同学、朋友代表发言

(11)新人答谢辞

(12)新人开香槟、切蛋糕、喝交杯酒

12：00 婚宴正式开始新郎新娘退场、速食，新娘换礼服

12：15 新郎新娘逐桌敬酒

14：00 宴席结束，宾客与新人合影

14：00 宾客离开或到棋牌室娱乐

14：30 统计晚餐人数

17：00 通知晚餐准备数量

18：00 请宾客进晚餐 留宿人员安排

**第五篇：婚庆策划方案**

一、婚礼日期、地点

1.吉日：XX年4月27日(古历3月25)2.地点：洛南县华阳大酒店 信合大酒店

二、确定伴郎、伴娘

伴郎： 伴娘： 婚礼总顾问：

四、确定主婚人、证婚人

主婚人： 证婚人：

五、发布结婚通知及发放喜糖

1.发喜贴给亲友

2.电话通知外地亲友

3.委托亲友通知

4.及时反馈亲友受邀信息

5.对于重要亲友再次确认

六、准备新郎新娘婚纱礼服(化妆 负责)

七、准备婚礼用品

1.自备物品：

(1)结婚戒指

(2)糖

(3)红包

(4)烟、打火机

(5)白酒、饮料、啤酒、香槟酒

2.酒店提供

a、婚宴场地布置(.)

(1)背景、拱门、红毯、喜字、彩带、拉花

(2)鲜花(新娘手捧、花童各一)

(3)主桌鲜花2桌

(5)糖、烟、饮料

(6)结婚蛋糕塔

(7)香槟塔一座，香槟一支

(8)礼炮6支

(9)40个粉红气球

(10)鲜花

(11)托盘

(12)主婚人、证婚人、新娘、新郎胸花各一

(13)新郎新娘敬酒2瓶

(14)贵宾签到处布置(笔、本、台、花)

(15)迎宾牌、迎宾小姐

(16)婚宴现场音响效果

(17)新娘房一间

(18)婚车一辆，提供花车装饰

(19)车辆停放

(21)棋牌娱乐、茶水、麻将8副

(22)早餐 晚餐

其他：(1)司仪

(2)摄像

(3)记录刻录光盘

(4)双方父母、伴娘、伴郎、贵宾、新郎、新娘、主婚、证婚胸花(14套)

八、婚宴预约

1.估计来宾人数(共计\*人)

2.估计酒席数量(预定\*桌，备\*桌)

3.婚宴地点(大堂 包房 间)

4.确认中、晚餐酒席菜单、价格(个菜，单价 元/桌，晚餐 个菜，单价 元/桌)

九、婚礼化妆预约月—日—上午—，影楼(陪伴)

十、婚庆车辆安排

1.预约扎彩车时间地点

2.确定婚礼当天婚车行进路线及所需时间 3.预约婚车辆

十一、确认帮忙的亲友，并明确分工(名单另附)

总管： 负责总体指挥协调及指导各项工作

总协调： 负责总体现场协调、布置现场、接待工作、负责联络、沟通各项工作。

司仪： 负责主持结婚典礼及指导各项工作。

证婚人： 负责宣读结婚证书并致词。

行程总管： 负责全程迎亲引导、迎亲主持，带领新人在宴会上敬酒。

车辆总管： 负责全程车辆指挥，协调物品还送，新人家属接送，司仪及客人接送。

物品主管： 负责工作人员用餐，和喜字婚纱海报管理。

鞭炮主管： 负责放炮，彩带工作，协调联络两方燃放时间及补缺工作。

酒店主管： 负责协助做好酒店布置，协调工作与物品主管协作摆放烟酒等工作。

接待工作： 负责桌位的摆布，客人的入席分布及接待工作，父母讲话的发言稿。

迎亲线路： 负责人： 头车司机：

全天工作准备工作：吹气球、贴室内及户外喜字(席卡、布置新房、司仪礼品的分装、厨师、礼仪人员礼品包准备)

十二、确认婚礼当天要发言人的准备情况

1.主、证婚人发言准备情况

2.新人发言

十三、最后检查所有物品并交于专人保管

1.新衣、新鞋

2.结婚证书

3.戒指

4.红包

5.要佩戴的首饰

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！