

# 婚庆公司争抢布展“年会宴”“满月宴”

## 开拓蓝海市场寻求差异化竞争,创意定制业务增长快

春节即将到来,进入了密集的年会举办期,会场布展等成为不少婚庆公司争抢的“新蛋糕”。

公司于2月10日在长沙一星级酒店举办年会的王先生告诉三湘都市报记者,为了确保年会的效果,已花2万元左右的预算选定了一家婚庆公司进行会场布展,“都是舞台、灯光,餐桌布置,婚庆也做得挺专业。”

据记者了解,随着传统婚礼市场渗透率不断加大,为杀出红海寻求差异化竞争,一些婚庆公司开始涉及诸如“宝宝生日宴”、大型秀场布展等新蓝海市场。

### 年会宴宝宝宴 成婚庆行业“新宠”

王先生表示,去年公司年会找了家广告执行公司操作,感觉服务并不是很到位,“虽然这次预算增加了一些,但是觉得服务还是不错。”他告诉记者,目前,婚庆公司提交的现场布置方案已基本定稿,只等着2月9日进入会场动工了。

在四方坪附近的一家婚庆公司的接待人员告诉记者,从1月到春节前,该公司的婚庆场次为5场,而所承接的年会场次也有4场,“有的公司年会宴预算比新人婚礼高不少,在创意上也有了更多的发挥空间。”

除年会市场外,讲究“小巧”、“精致”的满月宴和周岁宴市场也初现苗头。刚刚为1岁女儿举办了一场30人左右规模的“满月宴”的周女士告诉记者,“就是直接找办婚礼的婚庆公司做的,创意设计、会场布置就3000元,加了个甜品台1500元。”

“虽然宴会的市场容量和体量仍在培育阶段,但活动类的市场需求一直在增长,这也是给婚庆公司在未来的发展方向拓展出

更多可能。”造梦师婚礼创始人谭东东告诉记者,因为看好宴会和宝宝宴市场,该公司于今年新推出了“2 Studio Wedding”和“宝贝BOOM”两个子品牌,着力深耕这两个领域的市场。

### 差异化运营 创意定制业务增长快

市场走访中,多家婚庆公司向记者出示了已设置好的主题婚礼,如简韩风、欧式风、古典风等等,背景、主题色均已设置好,套餐价格从3999元至9999元不等。

艾薇儿定制婚庆的接待员介绍,“定制属于一对一,可以进行专门的场景设计,只是费用更高。”她告诉记者,在既定主题中的沙画为重复多次使用的,如需根据新人的爱情故事进行设计,则要加收1000元费用,“即使如此,更多的新人依然选择创意定制。”

在长沙,创意定制婚礼的市场正在变大,一些创业品牌的业务量也在这两三年间开始大量增长。

谭东东透露,2017年,造梦师累计完成近600场定制婚礼,而2016年,这一数字约为400场,增幅高达50%左右,而为了持续培育创意定制市场,公司已连续5年举办创意布展活动,“今年以餐桌为设计主场景,希望能让更多新人感受到创意的诚意。”

婚庆行业聚合网站婚礼风尚创始人陈刚在接受记者采访时也表示,如今的婚庆行业,硬件差距在逐渐的缩短,越来越多的新人会更注重酒店及婚庆机构能够提供的软性服务,而酒店和婚庆机构也开始逐渐在强调细节、差异化服务的过程中构建自己的品牌特色,塑造自己的品牌文化,让自己区别于其他品牌,从而增强自身的市场竞争力。

■记者 朱蓉 实习生 王增勇



### 迎新喜庆用品走俏

1月25日,消费者在长沙定王台书市选购丰富的迎新喜庆用品。狗年新年进入倒计时,人们在忙工作的同时,也不忘采购喜庆用品,表达对来年的美好愿望。

记者 徐行 摄

## 2017农村网购买了啥 服装鞋包、在线旅游最火爆

商务部25日发布了2017年农村网络零售数据。其中,服装鞋包、在线旅游等实物和服务类产品最受青睐。

根据商务部数据,2017年全国农村实现网络零售额12448.8亿元,同比增长39.1%。截至2017年底,农村网店达到985.6万家,较2016年增加169.3万家,同比增长20.7%,带动就业人数超过2800万人。

商务部新闻发言人高峰在当日召开的新闻发布会上说,农村实物类产品网络零售额7826.6亿元,同比增长35.1%,占农村网络零售总额的62.9%。其中,服装鞋包、

家装家饰、食品保健位居前三位,分别达到1600.3亿元、1129.5亿元、1031亿元,同比分别增长30.5%、6.4%和61%。

农村服务类产品网络零售额达到4622.2亿元,同比增长46.6%,占农村网络零售总额的37.1%。其中,在线旅游、在线餐饮、生活服务居前三位,分别达到1831.9亿元、1625.8亿元、180.7亿元,同比分别增长66.8%、58.6%、45.3%。在线旅游、在线餐饮表现尤为突出,对农村网络零售额增长贡献率分别达到了21%和17.2%,在农村网络零售全部19个品类中居于前两位。

■据新华社

## 735万余元双色球头奖闪耀星城

1月25日晚,双色球第2018011期开奖,当期红球开出:03、10、21、23、27、33,蓝球开出:11。当期全国共中出8注一等奖,单注奖金735万余元,来自我省长沙市雨花区第43014088号福彩投注站的彩民幸运收获这份新年大礼。

此外,当期还开出二等奖138注,单注奖金17万余元。我省彩民幸运揽获其中5注,幸运站点分别为:长沙市雨花区第43014088号福彩投注站(1注)、株洲市天元区第43039379号福彩投注站(1注)、益阳市安化县第43076038号福彩投注站(1注)、岳阳汨罗市第43105034号福彩投注站(2注)。

当期开奖后,双色球奖池金额为3.97亿元。彩民们仍有机会下期单注即中1000万元大奖!

■左伊

## CITIZEN LOVE·西铁城为新女性“勇敢爱”代言

老一辈的爱情是媒妁之言的“不由自主”;80后的爱情是放在情书里的“含蓄表达”;到如今泛90后人群的爱情能够“大胆告白”,直接传递爱意,我们看到现代爱情观的“勇敢”进步。

“勇敢爱”的人不仅仅是男性。2018年的第一个情人节即将到来,西铁城也正式迎来品牌的100周年,以及进入中国60周年。何为“Brave Love”?在传统爱情观中,受几千年传统性别文化的浸染,男性在爱情中依然占据主动权,女性更多的是“等待爱”。然而自英国17世纪争夺女权运动以来,女人在经济、事业、文化生活中的地位早已不逊于男性。“独立、勇敢、忠于自我”已经成为新时代女性的代名词。越来越多的女性表示“自己也可以赚面包,男人只要提供爱情就好”。

“做自己”,是女性对自身价值的一种觉醒和自我认知,是精神独立的一种表现,打破了以男权文化为中心的价值衡量体

系,摆脱了以外貌和年龄对女性进行审视的目光,摒弃了以嫁人为终极价值的标准。在现代爱情观中,越来越多的女性敢于打破年龄、国籍、物质条件的限制,主动选择自己的爱情;在婚姻中,勇敢撕掉“家庭妇女”的标签,与男人分担平等的角色;以及近期在网络上热议的“撩汉技能”让我们看到,大胆的表达爱意不再是男性的专权,女性也可以“勇敢爱”!

西铁城花语风吟·胧月系列女表,就是专门为21世纪用美丽和影响力拥抱生活的女性而打造。在西铁城花语风吟的世界里,女性要勇敢诠释自己的美丽。“美丽的外表源于美丽的心灵”,西铁城希望以“自然本真,永恒之美”的设计理念,传递出女性由内而外的本真之美。将传统工艺、简约雅致与现代设计完美结合,通过摒弃华而不实的装饰,花语风吟系列以简约之美展现女性的内在品质,也展示出西铁城精良的制表工艺。同时,花语风吟系列勇于挑战

传统,本着可持续发展的理念,重新定义了奢华腕表应以关心环境、人与文化为标准,赋予了那些善良而独立的女性以信心和勇气。

Time To Be Myself,这个情人节,选择西铁城花语风吟系列腕表,选择“勇敢爱”。



## 京东支付推“京银计划”携手交行信用卡打造最“省”年货节

京东金融推出面向银行业合作伙伴的“京银计划”,与银行联手打造无界营销新玩法,交通银行成为首个“京银计划”合作伙伴。

“京银计划”,首次通过京东支付将京东核心大促资源向银行业合作伙伴开放,整合了整个京东的无界零售优势资源,将京东内部的商城、金融、物流、线上线下等大生态打通,实现京东与银行的无界营销、跨界互动和用户分享。

1月22日,京东商城、京东金融、交通银行信用卡中心在沪举行京东年货节与交行信用卡合作启动仪式,京东集团副总裁、平台运营部负责人韩瑞,京东集团副总裁、京东金融支付业务负责人许凌,交通银行太平洋信用卡中心总经理卫东出席仪式并共同宣布京东年货节交行信用卡大

促活动正式上线。

京东年货节是京东一年一次的大型促销活动,联合大牌共推,融入品牌专属优惠,为消费者带来了沉浸式的购物体验。超低折扣的新年献礼、“不打烊”的春节物流保障,多年来已让京东年货节成为上亿中产阶级用户购买年货的首选。今年京东年货节期间,从食品到生鲜、从家电到酒水等,各类超品类活动将同时开启,交通银行信用卡持卡用户将在京东获得各种大力度的立减优惠还能抢各类优惠券,让消费者安心屯年货、开心过大年。

秉持“开放、合作、共赢”心态,京东金融已与银行业合作伙伴牢牢连接在了一起,“京银计划”的开启也意味着京东与银行的合作模式更趋丰富、完整,京东与银行的联合创新必将更加深入、全面、健康地展开。

## 百合佳缘携手测测星座打造最大的星座情感社区

随着星座在年轻人中从谈资变成一种文化时,围绕“星座+娱乐”的内容创业项目越来越多。

百合网投资的测测星座就是出于星座和婚恋天生极高的契合度,可以在用户体验、用户互通、增值变现等方面产生深度协同。百合佳缘集团布局婚恋产业链、

丰富情感细分消费领域以及品牌年轻化战略的考虑,可谓是一箭三雕。

“测测星座”是北京力拓飞远科技有限公司推出的一款社交类APP。它以星座工具为基础,在基础测试上,提供个性化的运势和情感分析,主要针对90后和00后等新潮的年轻消费群体,主打用户情

感、咨询、社交、测算等服务,受欢迎度和使用程度较高,是目前国内星座类应用下载量最大的APP之一。

对于投资方百合佳缘而言,在品牌日益年轻化的同时,跳出婚恋本身积极布局产业链、打通渠道和盘活用户,集团婚恋生态圈无疑有着丰富的想象空间。