

Research on the Development Strategy of Shanghai Huajialishe Wedding Company

Meng Lv

Jiangxi University of Finance and Economics, Nanchang Jiangxi
Email: 1438185651@qq.com

Received: Jul. 25th, 2019; accepted: Aug. 8th, 2019; published: Aug. 15th, 2019

Abstract

Wedding celebration is an old and happy activity form. Since the reform and opening up, with the development of economy, the prospect of wedding industry is in full swing. However, with the rapid development of wedding industry and the expansion of wedding demand, wedding industry has also encountered a huge crisis. In order to explore the difficulties and bottlenecks encountered by the wedding industry at present, this paper takes Shanghai Huajialishe Wedding Company as an example, analyzes its macro environment, internal advantages and disadvantages, opportunities and challenges, and industry competition environment through SWOT, PEST, five forces model, etc. Based on the analysis of the competitive environment of the industry, this paper draws the corresponding problems of the wedding company, and probes into its solving strategies from the point of view of the problems. Through investigation and analysis, this paper puts forward some solutions to the problems existing in Shanghai Huajialishe Wedding Company: improving customer satisfaction, deepening communication mechanism, innovating advertising marketing strategy, improving internal management of the company and so on. It is hoped that Shanghai Huajialishe Wedding Company can effectively improve the present situation and reflect on the contemporary wedding industry through analysis.

Keywords

Wedding, Service, Dilemma, Development Strategy, Research and Analysis

上海花嫁丽舍婚庆公司的发展战略研究

吕 梦

江西财经大学, 江西 南昌
Email: 1438185651@qq.com

收稿日期: 2019年7月25日; 录用日期: 2019年8月8日; 发布日期: 2019年8月15日

摘要

婚庆是一个古老又喜庆的活动形式，然而随着婚庆行业的快速发展，婚庆需求的扩张化，婚庆行业也遭遇了巨大的危机。为了探究清楚目前婚庆行业所遭遇的困境与瓶颈，本文以上海花嫁丽舍婚庆公司为例，通过SWOT、PEST、波特五力模型等对它的婚庆行业的宏观环境，内部优劣势机遇挑战、行业竞争环境等进行分析，得出该婚庆公司存在的各种相应的问题，从问题着手对它的解决策略进行探究。经过调查分析，对于上海花嫁丽舍存在的问题提出了几点解决办法：提高顾客满意度、深化沟通机制、创新广告营销策略、改善公司内部管理等解决策略。本文是希望上海花嫁丽舍婚庆公司通过分析能有效地改善现状，并且对当代婚庆业有反思借鉴意义。

关键词

婚庆，服务，困境，发展策略，研究分析

Copyright © 2019 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在世界高速发展的今天，经济政治快速发展的同时，各国文化也相互传播相互影响，在全球化的影响下，各国文化发展越来越融洽。

而文化的发展也得到了各国的鼎力支持，而在我国，由于良好的文化环境、深厚的文化资本、政府的大力支持使我国各类文化得到了快速的发展。

现代社会各种中小型企业飞速遍布在各个行业分布在世界各地，而婚庆行业作为一个新兴产业在时代的潮流中有着无与伦比的活力，是一个可以看得有着光明未来的朝阳产业。婚庆行业的发展带动了汽车、旅游、婚纱、酒店、餐饮等行业的发展，然而在多年的发展过程中也不免会出现很多问题，例如发展不规范、营销单一化、缺乏管理技术、培训不到位等众多问题。

上海花嫁丽舍股份有限公司有着 10 多年的营运高端婚礼历史，于 2015 年正式上市，主要致力于婚礼策划、场景布置、安排流程等全面婚礼定制。在激烈的婚庆市场竞争中，上海花嫁丽舍急需调整发现策略，以此在竞争中立于不败之地。

这之上所谈到的即是现在婚庆行业所面临的现状[1]和上海花嫁丽舍公司需要解决的问题，分析其发展策略，调整定位，从理论到实践，对上海花嫁丽舍有指导意义。

2. 上海花嫁丽舍婚庆公司的外部环境

2.1. 公司简介

花嫁丽舍婚庆公司最初成立于上海，为众多新婚夫妇打造新式浪漫的婚礼会所，秉承 20 多年的婚庆服务理念，致力于让每一位携手的新人有一次令人难忘的幸福，花嫁丽舍引进世界级 wedding 理念，有自己专业的婚礼策划，摄影，司仪，化妆，婚宴等服务[2]，为每一对新人的婚礼保驾护航。

花嫁丽舍主营业务为新人提供专业化的一站式婚庆礼仪服务，具体包括婚宴料理、场馆服务、仪式堂证婚仪式、宴会仪式、婚礼布置、婚礼服饰、婚礼造型、摄影摄像、婚礼服务团队(策划师、司仪、督

导、新娘秘书)等。

该公司总部花嫁丽舍五角场店坐落于五角场地区的绿色米兰广场。南邻国科路，北靠国权路，西起政仁路，往东步行 30 米左右就可到达五角场区域的主干道黄兴路。在该公司的管理架构中，设有董事会、财务部、人力资源部、行政部等部门。

2.2. 上海花嫁丽舍婚庆公司的宏观环境分析

1) 政治环境：自第六次人口普查以来，我国的人口老龄化趋势开始逐渐严肃，面临现今科技医术发达的情况下，我国的低龄人口相对显得不足，2011 年起国家就开始着手开放二胎政策[3]，随着二胎政策的开放，婚礼的需求就必然有所增长，况且日新月异的社会发展让人们也不再满足于古老的婚礼形势，人们越来越关注独一无二有创新有特色的婚礼并且重点发展现代服务业也是国家经济转型的必然结果。

2) 经济环境：据《中国婚庆产业市场研究与投资预测分析报告》显示，2017 年我国结婚登记人数达到 1184 万对，婚庆市场规模大约 1.46 万亿元。自 1990 年我国第一家婚庆公司成立以来，婚庆市场已经成为当代消费中的大市场，调查结果显示，62.9%的人认为结婚需要举办婚礼，而上海正是几个婚庆市场最火的城市之一，婚庆公司和婚介机构高达 1000 多家。

3) 社会文化环境：随着人们经济水平的上升，文化水平也在不断发展。现如今，婚礼“大办特办”[4]几乎已经成为了现代年轻人的主流思想，追求档次的思想造就了庞大的消费市场。无论是在农村还是在城市，婚礼都应该有婚礼的气氛和形式，农村婚礼最基本的需要婚车、婚纱、鲜花、酒席等基本环节，无疑带动了经济增长。而城市相较于农村婚礼形式更是有过之而无不及，文化习俗大大促进婚礼文化发展。

4) 技术环境：现在社会人们的创新能力，人员的素质水平限制婚庆公司的发展。所以必须考虑的现在消费者的消费理念，创新出与其相适应的选择的想法，提升工作人员的职业素养，着重业务的技术构成，综合现有的设计理念和方案不断改良，与国际婚庆想法接轨，新就是解决当前面临的技术环境问题的方法。

2.3. 行业竞争分析

1) 主要竞争对手分析

就上海来说，婚庆行业发展迅速，随之崛起很多家婚庆公司以及婚庆小铺，在上海有些名气的婚庆公司有薇薇新娘、兰蔻婚庆、喜缘坊等都已进入市场，并其中大多也都是上市公司，但由于目前婚庆一条龙服务在上海竞争激烈，多数服务类型大同小异，也并没有行业的领头羊出现，这种竞争环境也带给上海花嫁丽舍一定的发展机会。

薇薇新娘作为全国连锁店固然有一定的品牌优势，但也存在一定的竞争劣势，首先薇薇新娘品牌效应导致价格偏高，中等消费人群难以承受，而上海花嫁丽舍公司中档的消费水平符合了大多数人的消费水平。其次薇薇新娘机构过于庞大，组织混乱，机构错综复杂，人员过多，导致办事效率滞后，而上海花嫁丽舍在上海拥有五家分店，机构适中，组织结构明确，执行部与管理部分部而立，紧密的组织结构让上海花嫁丽舍办事效率倍涨。

而其它上市公司，喜缘坊、兰蔻婚庆等公司较上海花嫁丽舍来说起步晚了一些并且上海花嫁丽舍婚纱店一般开设于十分繁华地带，例如广场周围，人流量较大，优势明显。

2) 供应商的议价能力

供方主要通过其提高投入要素价格与降低单位价值质量的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力与产品竞争力。影响能力的大小主要取决于供应商提供的物品在买方这里价值多大，价值越大，对买方

越重要，供应商议价能力越大。

上海花嫁丽舍一站式服务项目的供应商讲究分类精选原则，例如上海花嫁丽舍的婚纱采购是有专门的采购部门去香港采购，款式新颖，质量上乘。在质量验收方面，公司也有专门验收部门，经过验收部门的层层审核才确定供应商，对于摄影团队，上海花嫁丽舍婚庆公司有长期合作较为稳定的摄影团队，对于鲜花装饰品，花嫁丽舍有专门的花房能够自给自足，长期提供新鲜优质的鲜花。

3) 购买者的议价能力

购买者一般通过讲价或者要求提高服务质量[5]来影响企业的利润。而现今婚庆市场的多元化也无疑显示了人们的个性化需求越来越高，所以对消费者来说，婚礼的质量、婚礼的新意、婚礼是否符合新人们的想法才是最重要的。而上海花嫁丽舍通过细致入微的服务让消费者感受到优质服务，通过婚礼前的沟通交流了解新人的喜好风格，这样消费者对价格就不会非常在意，就比较容易接受预算范围内的报价。

4) 新进入者的威胁能力

新进入者指的是会与现有企业发生原材料和市场份额竞争的潜在竞争者，然而在婚庆行业水平都大同小异，没有特别突出的技术水平，进入者没有特殊的优势自然不能在竞争中存活，且婚庆行业涉及颇为广泛，涉及到产品质量、人员素质、资源问题等多方面内容，需要细致的管理和充足的资金，这也是新进入者的一大难题。

5) 替代品的威胁

一个行业的诞生或多或少在一段时间后会出替代品，替代内容可能是产品也有可能是服务，替代品会以多种形式影响竞争。

而婚庆公司的替代品威胁无非是三点。第一，现在叫嚣的“裸婚”。不少小青年认为个性与新观念就可从裸婚上体现出来，不过真正实施的却是少之又少，一方面是因为家人朋友亲戚的传统婚礼观念的束缚，另一方面是配偶观念的差异，于是真正的裸婚却是少之又少。第二，自行操办婚礼。所谓自行操办就是新人自己将婚礼分成若干部分，亲力亲为，自己动手解决所有事情，但这些事情实在是太琐碎并且耗时太长，并且很可能自己花的钱还比请婚庆公司的多，于是此计划可行性低[6][7]。第三，交给酒店办理。酒店的美食是很好，可是上海酒店数不胜数，可以办理各种宴席，专业性远远低于婚庆公司，对于这种一辈子一次的婚礼，新人自然更在意的是体验感。

3. 上海花嫁丽舍婚庆公司的 SWOT 分析

3.1. 外部机会

时代发展，文化观念也在不断发展，过去的婚礼都是由家人、亲戚、朋友出谋划策，安排事务。新人不用过多的去考虑打点新婚的繁琐，有一个完整的团队给予最好的完整的服务，如此简洁明了又能给人良好的新婚体验，自然让众多新人更加青睐于将婚礼全权交办给婚庆公司。

1) 如今婚庆企业的发展对经济整体有着推动作用，一个婚庆服务所包含的项目涉及婚纱礼服，婚纱摄影，婚礼主持，婚宴服务等各个行业，每一个行业都在婚庆的带动下往前进军。而且甚至还有很多其他行业类似家电家具地产装修等服务也想共分一杯羹。

婚庆行业作为朝阳产业，人数不断上涨，消费也不断扩大，目前其消费已经占国民生产总值的 20.5%，这一行业的发展又必然牵动其他相关产业的繁荣，例如婚纱摄影、造型设计、婚车租赁等，催生了国内市场的繁荣。这一新生行业必然是一个潜力股产业。

2) 婚庆消费数量巨大，同房地产产业十分相似，仅次于房车的消费，结婚也渐渐成为了人们的第二大消费，随着国民经济的快速增长人民的生活水平不断提高，对婚礼的追求也越来越完美，消费全国范

围内扩大。据统计,在新婚消费方面,全国每对新人消费结构一般为 88.4%的新人需要拍摄婚纱照,49.14%的新人准备聘请婚庆公司为他们策划婚礼,78.7%的新人准备去酒楼举办婚礼,67.6%的新人准备进行蜜月旅行。无疑,这种消费趋势还会不断扩大,婚庆产业发展前景一片良好。

3) 从政策分析上我国现阶段适婚年龄者居多[8]。自改革开放打开国门,政策开放以来,国民开始有能力养育二娃甚至多娃,算下来大概 20 世纪 80 年代,我国的生育达到高峰期,到现今这短时间出生的婴儿也到了适婚的年龄,近几年必然又是结婚的高峰期的到来,这一点给婚庆企业又带来许多发展机会。

3.2. 外部威胁

纵然现如今无数的发展契机在充斥着婚庆市场,但是毕竟婚庆服务从起步来看最多也不过 20 载,况且婚庆形势类型日新月异,又必须不落俗套一直改革创新,样式老陈落入俗套是现今与消费者接洽的一大问题,还有一些地方仍还保留一定的地方风俗与现代化婚庆有所冲突,现在如何将服务与消费者的理念相融合,如何探索消费者的爱好喜恶风格,与时俱进,创新婚礼风格与样式,调整战略是婚庆公司的当务之急。

1) 婚庆消费的周期性非常明显,一般人一生只有一场婚礼,每一次婚礼的举办必然是一对新人的结合,婚礼的周期性很长。

2) 婚庆消费者特色需求不断提高,仅仅只靠几套婚礼策划方案,不推陈出新必然也将被市场所淘汰。

3) 行业标准欠缺,婚庆公司良莠不齐,鱼龙混杂现象导致发展缓慢。婚庆公司只需要具备基本化妆师、服装服饰等基本设施,其他靠租赁即可开店,由此导致行业整体素质拉低。

4) 从业人员素质还有待提高[9],贯穿在婚礼各个部分的人员并没有特别整体和一体化的,有些人员并没有持证上岗,这样就滋生了非专业人员处理婚礼事务。

5) 没一个企业或公司之间没有良好的沟通交流合作,得到的信息做不到互利共赢,导致企业只能拘泥于自身。

6) 缺乏相应的营销方式。消费人群的扩大致使营销方式应该多元化,以往的口口相传起到的效果已经不是很大了,营销是不是应该创新,是不是应该结合当前年轻人的生活方式现已成为一个值得思考的问题。

3.3. 内部优势

上海花嫁丽舍公司从 1996 年上海花嫁喜铺婚礼服务有限公司创建以来到今天的上海花嫁丽舍婚庆股份有限公司经历了 22 年的发展时间,丰富的经验与实践,品牌的信任力是公司的优势,公司本着崇尚创新的精神,凭着人性化的专业服务,顾客至上的服务理念让每一个选择花嫁丽舍的顾客都能获得最佳的婚礼体验。

3.4. 内部劣势

- 1) 产品定位有待明晰;
- 2) 单一的品牌传播渠道;
- 3) 缺乏企业的核心竞争力;
- 4) 销售渠道不通畅的问题。

3.5. SWOT 整合分析

建立 SWOT 表格能让企业的各种情况更为清晰明显,以下是上海花嫁丽舍的现状分析(图 1)。

<p>优势：有先进的管理理念 提供人性化服务 能够积极迎合市场的变化，制定正确的策略</p>	<p>劣势：产品定位不明晰 传播渠道单一 尚未形成品牌效应，缺乏核心竞争力 销售渠道不畅通</p>
<p>机会：未来数年是婚育高峰期，有大量的潜在客户 消费者对婚礼质量的要求不断提高，置办婚礼的预算大幅度上升</p>	<p>威胁：行业周期性强 消费者需求多样化是对行业的挑战 潜在进入者的威胁较高 替代品威胁较高 行业缺乏规范，竞争比较混乱</p>

Figure 1. SWOT analysis table

图 1. SWOT 分析表

从以上 SWOT 分析表中可以看出，上海花嫁丽舍的优势劣势以及机会威胁都十分明显，只有通过对其的分析，联系实际情况，据不同形势加大宣传力度调整布局，所有的资源充分利用归纳和收容新的服务理念[10]，整合国内外的婚庆资料，分析其优劣，抓住精华再适应的加入花嫁分析好的理论贯彻到实践中。改善自己的服务，加大对国内市场开拓的同时，要与国际接轨，逐渐延伸至其他地区乃至国外市场，让服务面向大众而并非只是面向某一部分群体。

4. 上海花嫁丽舍婚庆公司今后的发展策略

面对复杂多变的市场，上海花嫁丽舍婚庆公司应该结合内外情况作出合理的发展策略，可从如下几点出发。

4.1. 提高顾客满意度

1) 顾客是企业的生存之本、发展之源。顾客是上帝这句话一直是一个企业健康有序发展的准则，顾客是企业生存发展的源头，企业应当了解顾客的喜好与要求，当顾客得到满足，最好的广告宣传永远不及顾客的青睐和推荐了，只有提升顾客的满意度才能继而可持续的创造自身价值，上海花嫁丽舍公司本着以顾客的喜好给顾客打造最满意的婚礼，让顾客享受到极致满意。只有一个企业将顾客的满意度作为服务质量的第一评价标准才能不断提升公司自身的能力，只有不断让顾客得到满足，公司本身的运营和业务才能得以提升。在服务顾客的同时也是将公司宣传出去的一个手段，倘若服务到位，令人满意自然会给公司带来更多的业务。

2) 对于不同的顾客，所需要的业务也必然有所不同，对于大部分消费者，他们大多并未有过自己举办一个婚礼的经验，对婚礼的详细规程都没有很清楚的了解，事务繁琐，对于第一次操办婚礼的人来定然难以做到事事如意[11]。公司会针对不同的人群有不同的婚礼方案供参考，同样会给出详细的婚礼流程让顾客能够充分了解到婚礼布置的每一个步骤，顾及到每一个顾客的感受。另一件公司必须要做的事就是提高服务的质量，每一位顾客都会想要物美价廉的商品，若是一场价格昂贵的婚礼提供的服务质量还不过关，那么会双倍增加消费者的反感度，影响公司的声誉，所以提高质量是提高顾客满意度的重要因素。上海花嫁丽舍婚庆公司可以再坚持本国的婚嫁文化的同时吸收国外优秀新颖的婚嫁因素，更加完善对婚礼的方案设计，提高顾客满意度。

3) 实施顾客实际价值策略。将婚礼注意事项通知新人，将婚礼各资料全交还给新人，与顾客签订合同并推荐方案，根据顾客喜好制定相应的服装，装扮，试妆服务等。

4.2. 深化沟通机制

深化与顾客的沟通，沟通之于任何事务都是至关重要的一项，所有的问题都需要有良好的沟通才不至于产生令某一方难以接受甚至不得不拒绝的结果。针对不同的顾客，往往试用于前一个顾客的方法到这个顾客就完全不兼容，只有做到良好才不至于失去潜在的商机，倾听顾客的偏好与需求是至关重要的基础，只有在良好的沟通的前提下，才能做到用心为顾客设计婚礼，给顾客最用心的服务。

与顾客的沟通有以下几个环节。前期顾客往往会使用电话，网络，面谈等几个方式向公司进行咨询。这一方面就要考虑到业务人员的礼貌用语和对业务的纯熟。由于大部分顾客都是第一次对婚庆进行了解，然而婚庆各方面事项又相对校对，业务人员必须培养其耐心性和热情，沟通时尽量简短，用尽量少的言语给顾客最佳的了解，冗杂的言语也是容易导致失去顾客的原因，总之，与客户交流时要即专业又人性。

4.3. 创新广告营销策略

如今的广告营销方式并不是简单传统的挂横幅[12]、发传单等比较基础的宣传了，对于婚庆行业来说，线上线下宣传都要同步进行，线下可以考虑与摄影团队，鲜花工艺等与婚礼相关的产业联合推出活动，打造品牌知名度，同时可以举办公益活动等方式提高品牌社会美誉度，在辅之以传单、横幅等基础手段。线上则坚持互联网+的营销多元化模式，挑选在上海知名度高的微博、微信或者电视平台，投放广告，宣传公司理念、公益活动、折扣优惠、环境介绍等内容，要结合公司目前的营销现状，选择最有效的营销策略。

4.4. 加强公司内部管理

一个公司得以做到健康正常有序的发展，必须对公司的内部进行有针对性，有层次，有条理分析的管理。就上海花嫁丽舍婚庆公司来说，这样一个以思维创新，人才培养，人员组织调配和业务衔接开发[13]为主要发展方向的企业，必须要以全方面的综合素质和资源利用最大化去不断推进企业又好又快发展。而其中，人才的管理和培养至关重要，在拥有企业发展大方向的前提下，人才的利用在工作全局中处于重要的战略地位，控制好人才是实现企业可持续发展的重要依据。

1) 做好人力调配计划

无论是小型企业还是大型企业，人力资源的合理利用一定是一个企业正常运转的基础，要让人员人尽其才，把最合适的人放在他最适合的岗位，要让人才去对应岗位而非岗位去配对不合适的人才，让人才的能力得以最大程度发挥，不能让千里马的能力埋在百里马甚至十里马的程度。人力资源的合理调配是上海花嫁丽舍婚庆公司需要首要考虑的问题之一，只有人员调配合适了，工作才能合理有序的进行，公司才能健康快速的发展。

2) 着重人才的培养计划

人才的培养也是企业发展的重要环节，不断提升员工的素质和能力，增强员工的个人以及团队的整体实力，是推进企业可持续发展的重要保障，只有人员的素质不断提高，不断适应社会平均人员素质水平，甚至高于社会平均人员素质水平，企业的发展才能做到高速有效而不拖沓。上海花嫁丽舍婚庆公司必须学习先进的人才培养计划，让每一个员工都能培养的计划之内，让人才的专业性更强，分工更明确，当人才的工作越是明确越是细致，工作便越是高效。

3) 建立公平合理的绩效考核制度

一个公司的发展依赖员工的不断努力与辛勤工作，但是长久以往当工作反复变化微小的而获得的回报越发稳定的情况下，员工的工作创新的积极性也将越发淡薄，甚至开始堕怠，这样公司的发展便开始表面稳定实则已经开始出现停滞。为了避免上海花嫁丽舍婚庆公司出现此类问题，制定公平合理的绩效

奖罚，能力核查和薪酬职位提升的制度就显得非常必要了，通过各种制度来激发员工工作的积极性，不一定是能者多劳，但确实是可以做到能者多得，促进企业整体蓬勃发展。

5. 结束语

综上所述，我们可以看到婚庆行业的蓬勃发展的势头[14]，人们对婚礼的举办和需求也越发变得多元和高质，每年成千上万的新人在筹措着婚礼，人们的消费理念的改变，习俗的延续，社会的发展，经济的增长无一不是促进婚庆行业必然作为 21 世纪的一个朝阳产业，为了满足不断步入新婚殿堂的新人，上海花嫁丽舍婚庆公司必须努力考虑自身能力，增强自身能力，再充分利用自身能力，适应社会的发展、消费者的需求，奋力制定相合宜的策略，才能将这一潜力巨大的产业快速稳定、健康可持续地发展下去。

参考文献

- [1] 王凤彬, 李东, 编著. 管理学[M]. 第 2 版. 北京: 中国人民大学出版社; 2000.
- [2] 任飞. 基于营销模式的角度浅谈婚庆公司的发展[J]. 现代商业, 2014(27): 270-271.
- [3] 刘丰贵. 中小企业国际化经营战略研究[J]. 长春大学学报, 2015, 5(10): 115-117.
- [4] 胡业福, 刘萍. 论我国婚庆产业的发展与规范[J]. 商场现代化, 2007, 10(13): 350-351.
- [5] 秦裕鹏, 等. 高科技产业化国际化为振兴民族工业和民族品牌而奋斗——中国德力西集团经营管理经验和发展战略研究[J]. 技术经济, 2016, 6(8): 77-78.
- [6] 陈清泰. 对我国特许经营国际化的发展战略的思考[J]. 国外建材科技, 2010(10): 88-89.
- [7] 王毅平. 现代婚礼百事通[M]. 济南: 山东画报出版社, 2015.
- [8] 项细娟. 婚礼筹划规划与巧巧[M]. 南宁: 广西人民出版社, 2015.
- [9] 鲍宗豪. 婚俗文化——中国婚俗的轨迹帕[M]. 上海: 上海人民出版社, 2015.
- [10] 曾朝晖. 花嫁喜铺, 打造中国婚庆行业的麦当劳[J]. 中国民营科技与经济, 2005(6): 78-83.
- [11] Eom, B.-Y. and Lee, K. (2016) Determinants of Industry-Academy Linkages and, Their Impact on Firm Performance: The Case of Korea as a Latecomer in Knowledge Industrialization. *Research Policy*, **33**, 62-67.
- [12] 李泽建. 企业持续创新过程中重大风险识别与动态演进规律研究[D]: [博士学位论文]. 昆明: 昆明理工大学, 2014.
- [13] 江建秧. 我国婚庆公司发展策略分析[J]. 产业与科技论坛, 2007(4): 30-31.
- [14] Serrano, V. and Fischer, T. (2015) Collaborative Innovation in Ubiquitous Systems. *Journal of Intelligent Manufacturing*, **31**, 55-61.

Hans 汉斯

知网检索的两种方式:

1. 打开知网首页: <http://cnki.net/>, 点击页面中“外文资源总库 CNKI SCHOLAR”, 跳转至: <http://scholar.cnki.net/new>, 搜索框内直接输入文章标题, 即可查询;
或点击“高级检索”, 下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2169-2556, 即可查询。
2. 通过知网首页 <http://cnki.net/>顶部“旧版入口”进入知网旧版: <http://www.cnki.net/old/>, 左侧选择“国际文献总库”进入, 搜索框直接输入文章标题, 即可查询。

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: ass@hanspub.org